Publicación Ritmo sur / Experiencias de formación

TRANS**FORMAR**

EL CAMINO Y LOS ANDARES

Publicación Ritmo sur / Experiencias de formación

TRANS**FORMAR**

EL CAMINO Y LOS ANDARES

La experiencia del Equipo Latinoamericano de Formación **ELFO-ALER**

Una estrategia educativa. Un diálogo de saberes.
Una construcción de conocimiento.

Asociación Latinoamericana
de Educación Radiofónica
(ALER)

Asociación Mundial
de Radios Comunitarias
América Latina y Caribe
(AMARC ALC)

Programa conjunto
RITMO SUR

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)
Asociación Mundial de Radios Comunitarias
América Latina y Caribe (AMARC ALC)
Programa conjunto Ritmo sur

ALER y AMARC ALC,
Transformar. El camino y los andares.
Buenos Aires, 2009.

ISBN 978-987-22350-6-2

Publicación realizada con el apoyo de **Free Voice** y **CMC**

Esta publicación puede ser reproducida total o parcialmente con fines no comerciales siempre y cuando se mencione la fuente.

Edición general: **Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe (AMARC ALC)**

Diseño de tapa e interior: **El Fantasma de Heredia**
Fotomontaje de tapa: **El Fantasma de Heredia**
sobre foto **Gal** Creative Commons - atribución - no comercial.

Responsables de la sistematización
Judith Gerbaldo Herniche
Angélica Rosas Vieille
José Fernando López Forero

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER
Equipo de Formación e Investigación

Equipo Latinoamericano de Formación
José Fernando López Forero. Colombia
Lourdes Barrezueta Barzola. Perú
Alma Montoya Chavarriaga, Grupo Comunicarte. Colombia
Edgar Dávila, ERBOL. Bolivia
Alexander Hernández, Fe y Alegría - IRFA. Venezuela
Oscar Cáceres, Radio Caritas. Paraguay
Judith Gerbaldo Herniche, FM Sur. Argentina
Angélica Rosas Vieille, Radio Estrella de Mar. Chile
José Arévalo, Responsable de SICR (2002 - 2005)
Alexander Amézquita, ALER
Luis Távara, ALER
Florencia Cremona, Responsable de formación (2005-2006)
Luis Dávila, Secretario Ejecutivo de ALER (2003-2006)

Coordinación General
Nelsy Lizarazo Castro, Secretaria ejecutiva de ALER

Radios, centros de comunicación, redes y coordinadoras participantes
Radio Estrella del Mar. Chile
Radio La voz de la Costa. Chile
Radio Encuentro. Argentina
Radio FM Sur. Argentina
Radio FM En Transito. Argentina
Radio Aire Libre. Argentina
Radio Yaraví. Perú
Radio la Voz de la Selva. Perú
Radio Marañón. Perú
Radio Cutivalú. Perú
Radio FM ERBOL. Bolivia
Radio Santa Cruz y FM Etéreo. Bolivia
Radio Pío XII. Bolivia
Red Yungueña. Bolivia
Red Nacional de Emisoras de Paraguay
Radio Cáritas. Paraguay
Radio San Roque González. Paraguay
Radio Pa´y puku. Paraguay
Radio La Cometa. Colombia
Radio Mariana. Colombia
Radio Católica Metropolitana. Colombia
Coordinadora de radios populares del Ecuador - CORAPE
Radio ERPE. Ecuador
Radio Latacunga. Ecuador
Radio Iluman. Ecuador
Radio Sucumbíos. Ecuador
Radio Fe y Alegría Guasdualito. Venezuela
Radio Fe y Alegría Guayana. Venezuela
Radio Fe y Alegría El tigre. Venezuela
Radio Fe y Alegría Machiques. Venezuela
Radio Enriquillo. República Dominicana
Radio Seybo. República Dominicana
Coordinadora Nacional ARPAS. El Salvador
Centro de comunicación Educativa Voces Nuestras. Costa Rica
Radio Santa Clara. Costa Rica
Radio Nahualá. Guatemala
Radio San Miguel. Honduras
Radio Veraguas. Panamá
Radio Voz sin Fronteras. Panamá
Radio Huayacocotla. México
Radio Teocelo. México

ÍNDICE

7 PRÓLOGO

9 EL CAMINO RECORRIDO. Construcción desde ALER
9 RETOMANDO EL HILO
10 EL CAMBIO DE ÉPOCA
EL CAMBIO DE ÉPOCA EN ALER
12 LA PROPUESTA DEL PPC
13 ¿QUÉ NOS UNE? ¿QUÉ NOS TRANSVERSALIZA?
UNA MIRADA DEL MUNDO
MIRADA DE COMUNICACIÓN CON EL MUNDO

15 EL CAMINO DEL PPC. La construcción de miradas, formas y horizontes
15 LOS PASOS INICIALES
16 CONSTRUIR CONOCIMIENTOS
17 CONTEXTOS Y ESCENARIOS
18 EL DESAFÍO: DIALOGAR SABERES

19 EL PASO A PASO. Cómo poner en escena la estrategia educativa del PPC
20 LOS PASOS GENERALES DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO
20 UNA PROPUESTA PEDAGÓGICA
EL SENTIDO DE ESTA PROPUESTA EDUCATIVA DEL PPC
SUS INTENCIONALIDADES
SUS ÁMBITOS
SUS SUJETOS EDUCATIVOS
SUS CONTENIDOS, PRETEXTOS PARA EL DIÁLOGO DE SABERES
25 LAS COMUNIDADES DE APRENDIZAJE
26 LAS HERRAMIENTAS: UNA MALETA ABIERTA
26 A MODO DE EJEMPLO

27 MÓDULO PRODUCCIÓN DE SENTIDOS. Las primeras puntadas
27 OBJETIVOS DEL MÓDULO
27 IDEAS FUERZA
27 INTRODUCCIÓN
¿QUÉ COSA ES EL SENTIDO?
LOS ACUERDOS CONCEPTUALES
¿CÓMO CONSTRUYE SENTIDOS LA RADIO?
30 ANUDANDO CONTENIDOS

31 MÓDULO INCIDENCIA. Las primeras puntadas
31 OBJETIVOS DEL MÓDULO
31 IDEA FUERZA
31 INTRODUCCIÓN
32 LOS ACUERDOS CONCEPTUALES
¿Y QUÉ ES ENTONCES LA INCIDENCIA?
32 HERRAMIENTAS PARA LA EXPLORACIÓN DE ESTE MÓDULO

34 MÓDULO ESTÉTICA. Las primeras puntadas
34 OBJETIVOS DEL MÓDULO
34 IDEAS FUERZA
34 INTRODUCCIÓN
34 LOS ACUERDOS CONCEPTUALES
LA ESTÉTICA
LO ÉTICO
EL ESTEREOTIPO
36 ANUDANDO CONTENIDOS
36 RECURSOS DIDÁCTICOS

37 ORGANIZACIONES

PRÓLOGO

Entrar al nuevo siglo no fue fácil para las radios populares y comunitarias de América Latina y el Caribe, para ALER ni para AMARC ALC. En realidad, no fue fácil para ninguna organización cuyo proyecto tuviera como objetivo provocar transformaciones profundas hacia sociedades democráticas, incluyentes, justas.

El predominio del viejo liberalismo -llamado ahora neoliberalismo- expandiendo mercados sin fronteras, la aparición de organizaciones comerciales más poderosas que los propios Estados y ninguna propuesta alternativa clara a la vista, pasaban la factura a nuestros proyectos de comunicación radiofónica. Las crisis de las redes regionales, sus momentos de indefinición, de confusión, reflejaban lo que ocurría en las radios y los movimientos sociales en general tras la pérdida de las certezas que las habían inspirado. Lo que sucedió fue que se nos cayó el relato y, en ese momento, un relato de hegemonía aparentemente triunfante arrasó con todo.

La única forma de desatar este nudo era transitar, nuevamente y de la mano de las radios, hacia la búsqueda de nuevos sentidos desde los cuales recrearse como propuestas comunicativas. Sentidos que permitieran construir un nuevo relato, como radios, como redes y coordinadoras, como asociaciones regionales.

Asumimos ese desafío. AMARC ALC y ALER, como espacios de articulación de las radios y redes, se echaron a andar. Recorrimos, cada una a su manera, los caminos abiertos por las reflexiones sobre educación popular, volvimos sobre lo aprendido rumiando una vez más sobre la importancia de la pregunta, la búsqueda de interlocutores e interlocutoras y la construcción colectiva de respuestas.

Una vuelta más: acción. Y otra: reflexión. Y otra más: acción. Y vuelta a las subjetividades, a las exploraciones e interpretaciones sobre las construcciones de sentidos. Así, en medio de ese redescubrimiento de los propios proyectos de comunicación sobre sí mismos y al hurgar en las dimensiones de los saberes humanos, lógico-simbólicas, históricas, estéticas, la propia búsqueda fue un proceso pedagógico que se ha capitalizado de formas diversas.

Cambió la perspectiva sobre los procesos de las radios: se miraron como un todo armónico y entonces se le llamó Gestión Integral de la radio. Se reflexionó sobre la comunicación, sobre lo político, la cultura y la estética y se habló de Proyecto Político Comunicativo.

Tanto ALER como AMARC ALC pusieron en perspectiva sus prácticas de capacitación y de formación, sus experiencias, sus herramientas y, sobre todo, su manera de ver el mundo. Por caminos diversos las dos redes llegaron a un punto común donde dialogan el Proyecto Político Comunicativo (PPC) y la Gestión Integral: la importancia de que el discurso sea coherente con la práctica. La ineludible correspondencia entre lo que se dice y lo que se hace.

Las reflexiones de la última década encontraron en el *Programa Ritmo su*r un espacio donde ser profundizadas, donde enriquecerse y multiplicarse y se sumaron a la energía generada por el fortalecimiento de las redes de radios y su articulación que respeta las diferencias. Eso es *Ritmo sur*: un programa de trabajo que AMARC ALC y ALER llevan adelante de manera conjunta para fortalecer y desarrollar las capacidades de las redes nacionales de radios populares y comunitarias de doce países, con el apoyo de las agencias holandesas Free Voice, CMC y PSO.

El *Programa Ritmo sur* ha sido, entre muchas otras cosas, el canal de diálogo y conocimiento metodológico y pedagógico entre ALER y AMARC ALC. Nos ha permitido imaginar cómo armar el proceso de reflexión y actualización del sentido de las prácticas radiofónicas. De manera dinámica e integral, combinamos sueños, utopías, objetivos y recursos.

Hoy, tanto en AMARC ALC como en ALER hay consenso en ligar la formación a un concepto de comunicación como proceso de producción de sentidos. Ambas redes reflexionan a partir de la experiencia compartida en América Latina y el Caribe sobre la capacitación y la formación como distintas miradas de la actividad comunicativa y educativa. Ambas redes están de acuerdo en superar la idea de la capacitación como transmisión de contenidos y dar paso a la formación como construcción de conocimiento a través del diálogo para la reflexión, la acción, la incidencia política y social.

Este es el marco desde donde les proponemos recorrer las experiencias que presentamos a continuación. Se trata de procesos de capacitación y formación que se han realizado en nuestras redes y en nuestras radios. Están cargadas de reflexiones, de miradas y enfoques. Pertenecen a diferentes ámbitos geográficos de acción, tanto a nivel regional, nacional y local, en los que se refleja el legado de una época de exploración y construcción del sentido -o los sentidos- de nuestros proyectos radiofónicos. Pretenden ser un aporte a ese esfuerzo por construir nuestro nuevo relato. Un relato que sea, sobre todo, acerca del futuro que queremos construir.

***Pepe Arévalo**, Director del Programa conjunto Ritmo sur.*
***Nelsy Lizarazo**, Secretaria ejecutiva de ALER.*
***Ernesto Lamas**, Coordinador regional de AMARC ALC.*

EL CAMINO RECORRIDO

Construcción desde ALER

La diferencia entre vivir desde el alma y vivir sólo desde el ego radica en tres cosas:
la habilidad de percibir y aprender nuevas maneras, la tenacidad de atravesar senderos turbulentos y la paciencia de aprender el amor profundo con el tiempo.
Sería un error pensar que se necesita ser un héroe endurecido para lograrlo. No es así.
Se necesita un corazón que esté dispuesto a morir y nacer y morir y nacer una y otra vez.[1]

RETOMANDO EL HILO

En las radios, los centros de producción y las Coordinadoras nacionales de ALER hacer comunicación a través de la radio ha estado acompañado de actividades de formación y capacitación que permitan definir por qué hacer radio, para qué hacer radio, cómo hacer radio y de esta manera ubicar a estos medios como actores educativos, comunicativos y políticos en los escenarios y territorios donde actúan.
Estas acciones educativas tienen su historia, están en el recuerdo de muchas mujeres y hombres que se han formado al calor de talleres, encuentros e intercambios animados por los manuales y otros textos publicados por ALER.
Otras experiencias le dieron continuidad a la formación y capacitación de las radios populares y comunitarias de Centroamérica y América del sur, dando respuesta a los retos de la década de los 90: un modelo neoliberal económica y socialmente encaminado a consolidar en nuestros territorios las relaciones de desigualdad, de injusticia y de conflictos profundos, desde discursos dominantes que siguieron hablando de democracia, de reducción de la pobreza y de participación ciudadana como ejes de la gestión pública, y de las propuestas de gobiernos nacionales que no dieron como resultado sino la agudización de condiciones de vida indignas e intolerables para grandes y mayoritarios sectores de la población.

Experiencias interinstitucionales como los *Festivales de radioapasionados y radioapasionadas* celebrados en Quito y Bogotá hacen también parte de las oportunidades para dar seguimiento al estado del «arte» del trabajo de nuestras radios. Muchos han sido los logros, los impactos y la incidencia radiofónica en escenarios sociales y en procesos políticos en nuestros países.
La historia podría continuar: talleres en terreno, jornadas de producción colectiva, encuentros locales, nacionales, regionales y continentales para compartir formas de hacer radio, reflexiones sobre las realidades políticas y sociales de nuestros países, de nuestros territorios, pequeñas y grandes.
La experiencia que hoy presentamos en esta sistematización, quiere compartir la propuesta que se construye en ALER desde hace 5 años y que renombramos en esta ocasión como Proyecto Político Comunicativo: un camino de muchas entradas y con muchas salidas. El Proyecto Político Comunicativo (PPC) es para ALER, sus afiliadas, sus Coordinadoras nacionales y la Secretaría Ejecutiva, un camino por el cual se avanza en varias direcciones y se construye desde tantas propuestas comunicativas como radios afiliadas existen. Marca tanto el sentido político de la Asociación como el camino metodológico y pedagógico para que cada radio pueda actualizar permanentemente su PPC.

El nuevo siglo vino con nuevos aires y nuevas esperanzas. Los procesos políticos y sociales en Latinoamérica y el Caribe no aceptan tan dócilmente ese discurso único ni el proyecto imperial. América Latina va construyendo nuevos caminos. Comienzan a surgir discursos que habían sido silenciados en

1. Clarissa Pinkola Estes. *Mujeres que corren con lobos.*

el continente. Sin embargo se mantiene o inclusive se agrava el principal problema y desafío: la desigualdad.
Este nuevo panorama en el continente hace a las transformaciones que vamos viviendo como radios. Nos hace rever nuestro rol (comunicativo), político, nuestro potencial de transformación, nuestra necesidad cada vez mayor de fortalecernos en redes.
ALER hace comunicación y es un actor que disputa el poder simbólico en el discurso del conocimiento y de la información: la disputa nos obliga, necesariamente, a tener un proyecto político de comunicación.
Con esta premisa, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica propone una reflexión destinada a mejorar, favorecer y propiciar prácticas políticas de comunicación que reconozcan el valor del otro y que contribuyan a la construcción de identidades.[2]

EL CAMBIO DE ÉPOCA

Hemos compartido en varias oportunidades el texto de un graffiti escrito en un muro de nuestra América Latina: «Cuando teníamos las respuestas, nos cambiaron las preguntas». Esta época está valorando la práctica de transformar lo que hay que transformar, por el camino de las nuevas preguntas. Y si queremos saber hacia dónde caminar en esta época con la comunicación, la construcción de respuestas a nuestras preguntas tiene que partir de la comprensión del contexto cambiante que estamos viviendo.
Somos nosotras y nosotros el potencial más valioso para hacer las transformaciones que son necesarias en nuestra manera de entender y hacer la comunicación radiofónica. Esta época en la que tenemos que imaginar y formular preguntas relevantes para construir respuestas que nos dibujen un camino por el cual seguir avanzando, en estrecha relación y compromiso con el caminar de los actores sociales, los procesos sociales y los acontecimientos por los cuales optamos prioritariamente, para avanzar en esta construcción cotidiana de un mundo justo, equitativo, respetuoso y digno para toda la humanidad, especialmente para los sectores empobrecidos.
Todo cambia… pero ¿qué cambiar? ¿Por qué cambiar? ¿Para qué cambiar? ¿Con quienes hacer el cambio? Y sobre todo: ¿cómo hacer el cambio? Nos cuesta mucho aceptar los cambios, a pesar de la constante mención que hacemos de ellos en nuestras reflexiones, documentos y declaraciones.

Hay urgencia en la interpretación del por qué el contexto está cambiando, cuáles son y cómo están ocurriendo estos cambios, y hacia dónde camina nuestro contexto relevante, a partir de los escenarios emergentes en el momento histórico actual.
Nuestro contexto es la referencia más relevante para la sostenibilidad de nuestros modos de vida, y para la construcción de los significados que dan sentido a nuestra existencia.[3]

El cambio de época se expresa en afirmaciones y prácticas concretas que nos enfrentan a remirar y transformar nuestra concepción y nuestra visión del mundo. No podemos, por ejemplo, seguir afirmando que para existir tenemos primero que pensar. O bueno, no es que no se pueda. Mejor que ha implicado en nuestras maneras de conocer, de saber y de actuar en el mundo, asumir que «pienso, luego existo».

Para pensar primero hay que estar vivo, y para seguir viviendo hay que seguir aprendiendo. El que deja de aprender es un candidato a la extinción, porque pierde la sabiduría imprescindible para su sostenibilidad, que depende de la coherencia de su modo de vida, y del grado de correspondencia de éste con el contexto: lugar donde vivimos, del cual dependemos, el cual cambiamos y donde somos (o no) relevantes. Bajo esta premisa, la sostenibilidad y el aprendizaje son fenómenos contextuales e interdependientes.[4]

El cambio de época nos enfrenta también a preguntar por la forma como entendemos, comprendemos y construimos cotidianamente el desarrollo. Éste pareciera ser un tema frente al cual ya están dichas todas las cosas. Un supuesto que no hay que cuestionar. Pero, justamente, si aceptamos que no somos iguales, que somos diferentes, que nuestros países, que nuestras poblaciones, aún enfrentando problemas comunes los resuelven en contextos y realidades que son diferentes, valdría la pena pensar si se puede seguir aceptando que existen problemas y soluciones universales.

2. Tomado de *Proyecto político comunicativo de la radio popular latinoamericana*. Septiembre de 2008.

3. José de Souza Silva. «¿Quo Vadis, Comunicación? Construir una «otra» América Latina, indignada, solidaria y soberana», conferencia presentada durante el Seminario *Taller La Comunicación Radiofónica en la Nueva Época que Vivimos: Mapa de las potencialidades político-culturales de América Latina*, como parte de la XII Asamblea General de Miembros de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Quito, Ecuador, abril de 2005.
4. Idem.

En el mundo del «desarrollo», no existen problemas ni soluciones universales. Por incluir seres humanos, los problemas de desarrollo no son resueltos. Son problemas cambiantes a ser interpretados contextualmente y manejados localmente, creativamente, por cada generación, a partir de sus historias locales, condicionadas por su formación pasada, desafíos presentes y aspiraciones futuras. Los modelos universales son localmente irrelevantes. Un modo de vida socialmente relevante, económicamente viable, culturalmente significativo, espiritualmente inspirador y éticamente defendible es una propiedad emergente de cada contexto.[5]

El cambio de época pone también en el tapete de nuestras reflexiones y nuestras acciones la necesidad de preguntar por la forma como estamos entendiendo, practicando y utilizando las historias locales. Los cambiantes problemas que se enfrentan en la convivencia social de nuestros territorios en nuestros contextos, nos obliga a preguntar de qué manera estamos reconociendo en las historias locales que se construyen día a día las fuentes importantes para creativamente imaginar, diseñar y construir soluciones colectivas.

El enfoque contextual implica innovar desde las historias locales. La innovación relevante para un grupo de actores emerge de procesos de interacción social que incluyen su participación, lo que implica generar conocimiento significativo en el contexto de su aplicación e implicaciones. Asociado a aspiraciones locales, lo relevante no emerge de diseños globales cuyo universalismo hace invisible el contexto crítico de los saberes locales. La dictadura de la razón universal puede ser fatal, como en el caso de la civilización occidental que nos impone un modelo universal de producción y consumo sin correspondencia con los límites del planeta.[6]

Y también el cambio de época nos enfrenta al gran reto de ignorar, minar los discursos y la comunicación hegemónica para, solidariamente, desde nuestras propias miradas, con nuestras propias capacidades y fortalezas construir un futuro mejor y diferente.

Lo ideal es cuando los subalternos logran realizar sus aspiraciones ignorando el juego del más fuerte, valorizando su contexto, movilizando sus potencialidades locales, siendo solidarios y viabilizando aspectos de «un» futuro que les interesa. Cuando eso es imposible, los subalternos, solidariamente, minan ciertas condiciones que sostienen la hegemonía del más fuerte. El poder no es algo poseído por el dominador. El poder emerge de relaciones entre verdades, objetos, significados, etc. Los subalternos pueden construir otras relaciones sociales, políticas, culturales, éticas que les otorgan un poder diferente y más apropiado para su realidad.[7]

Tendríamos que comprender que ese poder transformador de la comunicación, de nuestra comunicación radiofónica, está mas sólidamente relacionado con esa capacidad de generar preguntas desde las historias locales y construir colectivamente respuestas de la misma forma que con la costumbre de pensar que el bienestar y el buen vivir se logran con respuestas universales fruto de análisis también universales que desconocen los contextos locales y acaban aplicando miradas y diseños globales en todas partes.

Una comunicación para cambiar las «personas» que cambian las cosas, no lo contrario. En las personas está el potencial para la indignación y solidaridad imprescindibles para construir soberanía. Pero hay que movilizar su imaginación, capacidad y compromiso, alrededor de un sueño que les emocione, apasione y comprometa con sus consecuencias.[8]

EL CAMBIO DE ÉPOCA EN ALER

El problema que visualizamos en las radios populares del continente quizá puede expresarse en esta primera instancia como una necesidad: mirar, mirarse y mirarnos. Las investigaciones realizadas en los primeros años de 2000 y los diagnósticos participativos que fuimos construyendo en la tarea como formadores y formadoras de ALER reflejaron enormes logros en experiencias y proyectos de comunicación invalorables y altamente inspiradores. Sin embargo, también pudimos reconocer otras experiencias caracterizadas por cierta incapacidad de diálogo y respeto por las diferencias, en particular frente a los cambios acelerados de la cultura.

«Quedarse entrampado en la coyuntura» podría ser una buena expresión del estado en el cual se enfrentan algunas de las radios de la ALER con esta época de

5. Idem.
6. Idem.
7. Idem.
8. Idem.

cambios. Dificultades para detenerse a pensar, evaluar y desafiar lo aparentemente naturalizado e interpelar aparentes seguridades, lo cual impide entender la necesidad de algunos cambios y la posibilidad de recorrer los caminos que nos ofrece esta época de cambio.
La asamblea de ALER del año 2005 acercó algunas percepciones acerca de la mirada del mundo de nuestras asociadas. Uno de los ejes de reflexión fue el cambio de época y la necesidad de revisar los horizontes propios para adecuar los proyectos políticos comunicativos a los nuevos tiempos. Contextos distintos de aquellos que le dieron origen a muchas de las experiencias.
En febrero de ese mismo año, el entonces Secretario Ejecutivo de ALER, Luis Dávila, decía:

Tanto los niveles de incidencia como de vigencia de las radios populares han llevado a pensar en la existencia de una crisis de sentido que implica una tarea de resignificación del Proyecto Político Comunicativo (PPC) que, a su vez, rompa con conceptos y metodologías antiguas que no necesariamente aportan hacia el futuro. Luego de un año y medio de crisis en ALER, la Secretaría Ejecutiva asume la discusión y plantea el PPC, un proceso rico que se replica en el trabajo del Equipo Latinoamericano de Formación, más conocido como los ELFOS.
En tal sentido, el aporte de ALER se convierte en cambiar a los formadores para generar una nueva generación de radios, una nueva escuela de formación radiofónica.
Luis Dávila.

Algunos rasgos de este estado de crisis mirado desde las realidades, los escenarios y los territorios en donde actúan las radios se manifiestan en la quietud o, lo que es peor, los retrocesos. Frente a cambios permanentes y veloces, en democracias que no responden a necesidades de la gente -«democraduras», como las llama Eduardo Galeano-, en modelos político económicos excluyentes, en presión del mercado e impacto del neoliberalismo y la globalización en sus más degradadas formas de mercantilización y en los modos de construcción de algunas radios populares del continente.
En el mundo de la comunicación, las grandes empresas de medios siguen sirviendo de soporte al sistema. Muchos medios de comunicación de ALER enfrentan una crisis, no sólo relacionada con las brechas digitales, en vacíos pedagógicos y ausencia de estrategias de comunicación, sino también manifestada en casos de radios pertenecientes a comunidades religiosas que, por ejemplo, entregaron el proyecto original a otro que procure su sostenibilidad. Se vive una emergencia de nuevos actores que se enfrenta a una escasa capacidad de lectura de los cambios producidos en contextos y escenarios.
Radios preocupadas por perfeccionar el uso de las nuevas tecnologías pero encerradas en cuatro paredes, alejadas del escenario social y cultural, no reconociendo los debates más actuales en relación a la incidencia -pensada como la posibilidad de influir en la política pública- inserta también en el territorio de la cultura, el tema de la comunicación como proceso de construcción e intercambio de sentidos y la estética como una búsqueda que va más allá de las formas.
Las preguntas que han animado el proceso que presenta en esta sistematización están formuladas así: ¿De qué manera aprovechamos los caminos recorridos? A partir de este ejercicio de conocimiento ¿aceptamos el cambio de época? ¿Cómo seguir construyendo conocimiento y experiencia desde mundos e historias diferentes? ¿Cómo reconocer y dialogar en los procesos de formación con las formas de pensar, de sentir y de actuar de quienes participan de esta formación? ¿Para qué modelo social y económico estamos formándonos?
Y en las radios: ¿Es posible ver nuestro discurso radiofónico más allá de las opciones de conducción política partidaria, para darle más fuerza a nuestro papel, a nuestro rol ciudadano? ¿Estamos reflexionando sobre los modos de organización de nuestras radios y sobre quiénes y cómo toman las decisiones? ¿Reproducimos las formas de exclusión social en nuestras radios, pero las justificamos porque supuestamente tienen «un buen propósito»? ¿Todavía pensamos que hay gente que no tiene voz? ¿Seguimos creyendo que nosotros somos quienes damos la palabra?

LA PROPUESTA DEL PPC

Quedó planteada la necesidad de construir respuestas a estos interrogantes a partir de una mirada a los proyectos radiofónicos, a sus sentidos políticos y comunicativos, a las propuestas de relación comunicativa que se expresan en las propuestas de programación y, finalmente, una mirada también a la combinación de contenidos y formas de nuestros mensajes. Esto es lo que hemos llamado el Proyecto Político Comunicativo (PPC) que supone además una mirada su sostenibilidad.
Frente a estos desafíos concebimos la tarea de revisión del PPC de las radios como un proceso de reflexión móvil que de ninguna manera puede permanecer estático, que debe actualizarse conforme se producen cambios en el entorno.
La tarea, sentimos, debía pasar por la actualización de las radios frente al cambio de época. El camino: la revisión constante del Proyecto Político Comunicativo. No lo concebimos como algo acabado o una receta a seguir paso a paso, sino como una construcción colectiva desde los propios equipos de las radios, centros y redes de comunicación, en diálogo permanente con sus interlocutores e interlocutoras, con sus audiencias.
¿Cuál es entonces el eje central que marca el sentido del quehacer de ALER en esta nueva época? El

Proyecto Político Comunicativo. A su alrededor, todos sus años de existencia y la experiencia acumulada se tratan de articular para dar coherencia al modelo comunicacional con que está comprometida la asociación en esta nueva etapa.

En la conclusión insistimos en que el primer paso para superar un desafío complejo es comprenderlo. Este trabajo intenta ampliar la comprensión de los que, desde la comunicación, aspiran a aportar a la construcción de «otra» América Latina. Estos deben comprender que el poder transformador de la comunicación emerge de la energía emocional inspiradora de las preguntas locales y no de la trampa racional paralizante de las respuestas universales, y de la fecundidad contextual de las historias locales y no de la esterilidad universal de los diseños globales.[9]

¿QUÉ NOS UNE? ¿QUÉ NOS TRANSVERSALIZA?

Pronunciar la palabra, es pronunciar el mundo, lo que significa transformarlo.
Paulo Freire.

UNA MIRADA DEL MUNDO

Nos une el compromiso político y comunicativo que a través de todas nuestras radios, centros de producción y coordinadoras nacionales aporta en la construcción cotidiana de nuevas condiciones democráticas participativas para el ejercicio del poder en los países latinoamericanos. Este es el elemento común que ha articulado una mirada de mundo y una práctica social cotidiana en la gran mayoría de las radios populares, de las radios comunitarias y de experiencias de comunicación sonora existentes en nuestra América Latina.
Declaraciones recientes emitidas en el Foro Social Mundial celebrado en enero de 2009 en Belém do Pará, en Brasil, actualizan la descripción de la mirada del mundo que ha atravesado nuestro trabajo en estos últimos años. Al mismo tiempo, esta mirada inspira nuestras actividades de formación y capacitación, animan el Proyecto Político Comunicativo, una propuesta político educativa.

En la actualidad los movimientos sociales a escala planetaria afrontamos un desafío de alcance histórico. La crisis capitalista internacional que impacta en la humanidad se expresa en varios planos: es una crisis alimentaria, financiera, económica, climática, energética, migratoria, de civilización, que viene a la par de la crisis del orden y las estructuras políticas internacionales.
Declaración de la Asamblea de los Movimientos Sociales. Foro Social Mundial 2009.

Los capitalistas pretenden descargar con mayor violencia su crisis sobre los trabajadores y trabajadoras, sobre los excluidos y excluidas, socializando las pérdidas, socorriendo a los banqueros y subsidiando a las grandes empresas trasnacionales con los fondos públicos. Al mismo tiempo se agravan las políticas que en estos años de globalización mundial han desarrollado un silencioso genocidio de nuestras comunidades originarias, han promovido la precarización de miles de hombres y mujeres -especialmente jóvenes y ancian@s- arrasando con los Derechos Humanos, laborales, sociales, destruyendo las posibilidades de acceso a la educación, la salud, la tierra, el trabajo, la vivienda.
Carta de los movimientos sociales a las Américas. Foro Social Mundial 2009.

Es necesario construir colectivamente un proyecto popular de integración latinoamericana, que replantee el concepto de desarrollo sobre la base de la defensa de los bienes comunes de la naturaleza y de la vida, que avance hacia la creación de un modelo civilizatorio alternativo al proyecto depredador del capitalismo, que asegure la soberanía latinoamericana frente a las políticas de saqueo del imperialismo y de las trasnacionales y que asuma el conjunto de las dimensiones emancipatorias, enfrentando las múltiples opresiones generadas por la explotación capitalista, la dominación colonial, y el patriarcado que refuerza la opresión sobre las mujeres. Los movimientos populares defendemos un proyecto de vida frente al proyecto de muerte, en el que la producción no sea destrucción sino parte de un proceso creativo, sustentable y con justicia social. Estamos planteando la necesidad de poner en debate un nuevo ideal de vida frente al neoliberalismo y a las órdenes del capital trasnacional y su mando único que siembra la muerte en guerras, invasiones y el avasallamiento de la soberanía de los pueblos y de las naciones en todos los continentes.
Carta de los movimientos sociales a las Américas. Foro Social Mundial 2009.

La crisis de la civilización occidental capitalista nos obliga a reconstituir y reinventar nuevas y diversas opciones de convivencia entre naturaleza y sociedad, democracia, Estado, consumo. Urgen nuevos paradigmas de convivencia y, en ese contexto, no sólo otros mundos son posibles sino que son urgentes y, además, están siendo ya construidos desde las primeras víctimas de las formas más bárbaras de la violencia capitalista, colonial, moderna y contemporánea: los pueblos y comunidades indígenas, originarios, campesinos, ribereños, quilombolas, afrodescendientes, garífunas, caboclos, dalits entre otros, y sus hijos que migraron a las barriadas y las favelas pobres de las ciudades, y todos los demás excluidos, invisibles e intocables del planeta, quienes seguimos resistiendo, fortaleciendo y actualizando formas alternativas de organización social, tecnológica, ética, política, económica, cultural y espiritual de la existencia humana.
Declaración de los pueblos indígenas. Foro Social Mundial 2009.

9. Idem

Vemos a este mundo, que creemos que es posible interpelar, modificar, deconstruir, como un espacio en constante transformación con un sin fin de escenarios de actuación. Un mundo donde aparecen propuestas alternativas que ponen en movimiento acciones en red, el surgimiento de visiones y concepciones sobre el estar en el mundo y ser dentro de él.

A diario encontramos cambios provocados por la fuerza propositiva, proactiva y transformadora de hombres, mujeres, niñas-os y jóvenes dispuestos a interpelar y desaprender las viejas formas de ser hombre y ser mujer en esta vida. Muchos de estos recorridos nacen con fuerza desde espacios locales, otros surgen de apuestas más estructurales y globales. Experiencias que ponen en cuestión aquel mundo hostil naturalizado por décadas, por no decir siglos.

En esta mirada del mundo hay un acento en el intento de facilitar el protagonismo comunicativo y político de niñas-os, jóvenes, mujeres y nuevos movimientos sociales. En nuestra visión de mundo hay lugar para la globalización de la solidaridad, la equidad de género como modo cotidiano de relacionamiento, creación y recreación de identidades políticas, religiosas, sexuales, culturales diferentes, un mundo diverso.

La democracia necesita «que la ciudadanía desarrolle una cultura de la responsabilidad mundial. Una cultura que combine los cabos de la misma cadena: lo micro y lo macro. Por una parte, una toma de conciencia de la dimensión planetaria de los problemas planteados por un dispositivo productivo y tecnológico de información y de comunicación que subyace al proyecto de un nuevo orden para el planeta. Por otra, el anclaje o arraigo en un territorio concretamente situado. Porque este territorio sigue siendo el primer lugar de ejercicio de la ciudadanía y del contrato social. Sólo en estas condiciones, la sociedad civil puede presionar al Estado para que cumpla su papel de regulador de las lógicas mercantiles».[10]

Desde esta perspectiva, el primer trabajo en esta propuesta de formación plasmada en la estrategia educativa del Proyecto Político Comunicativo (PPC) es animar en todas las radios, redes y coordinadoras a ponerse de acuerdo sobre esos sentidos, que son los ejes que definen el andar. Una invitación a detenernos sobre nuestra experiencia y mirar con atención, dialogar, intercambiar y consensuar miradas sobre:

- nuestros contextos y escenarios locales,
- el rol de nuestra radio, centro o red, como actor social,
- la forma como nuestra experiencia de comunicación entiende, comprende y hace la comunicación, construye sentido, incide y produce acción comunicativa y política,
- cómo le damos sostenibilidad social, orgánica y económica a nuestros proyectos políticos comunicativos.

Cuando vine creía que me iría con la idea de cómo hacer un taller, y hemos hablado de todo. La gente empezó a hablar del poder y las hegemonías, y lo más importante: yo también me metí y opinaba ¡con pasión! ¡El negro hablando de cambiar el mundo! Me vuelvo loco, con muchas cosas en la cabeza y con ganas de empezar ya a charlar con toda la gente de la radio.
Fabián, integrante de Aire Libre y participante del Taller de formación de formadores de FARCO, julio de 2007.

MIRADA DE COMUNICACIÓN CON EL MUNDO

El PPC es una forma de hacer comunicación. La comunicación, entendida como reflexión teórica y como práctica y experiencia cotidiana, es a la vez un espacio político de relacionamiento humano que se modifica permanentemente. Nos obligó a repensar sus áreas de incidencia y las acciones que desde la comunicación radiofónica se proponen, cumpliendo con el compromiso que nos asigna el ser actores sociales comunicativos.

Partimos por concebir a la radio y la comunicación desde su enorme potencial como productoras de sentido, como espacios en los que la cultura se visibiliza y reproduce. Desde ese lugar se pretendió posicionar a las radios como un escenario propicio para la participación de vecinos y grupos organizados. Y esto conlleva no pocos interrogantes:

¿Cuáles son las necesidades y los desafíos de las radios populares y comunitarias? ¿Qué se proponen al existir, al organizarse, al articularse con otros y otras?

¿Cómo lograr verdaderas formas de articulación que trasciendan el lazo de lo periodístico para dar pasos superadores en términos de hacer con otros y otras?

¿Cuáles son las claves con las que se articula -produce o reproduce- la conversación radial en un territorio o localidad? ¿Cuáles serán las claves que les permitan a las radios, centros y redes trascender los micrófonos abiertos para confluir en el entramado comunitario desde otras lógicas de construcción?

El lugar desde el cual proponemos conocer, dialogar saberes, construir conocimientos y reconstruir y construir nuevas prácticas y experiencias radiofónicas sigue siendo el lugar de las personas que están al margen de las oportunidades, de las mayorías empobrecidas, de los y las discriminadas.

Identificamos a la desigualdad como problema central en América Latina, no sólo en la distribución de la riqueza, generadora a su vez de muchas otras desigualdades, sino también las de género, etnia y generación.

10. «Entrevista con Armand Mattelart, Intelectuales, comunicación y cultura: entre la gerencia global y la recuperación de la Crítica», en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, volumen 5, número 1, enero/abril de 2003. Producción: *Causas y Azares*.

EL CAMINO DEL PPC

La construcción de miradas, formas y horizontes

Entendimos esta propuesta de Proyecto Político Comunicativo como estrategia para la formación. Entendimos que el camino es un recorrido con una forma siempre diferente al ser andado y por eso sus pasos se irán definiendo de acuerdo a cada realidad, a cada radio, a cada centro de producción, a cada red, y de acuerdo a las decisiones que los y las radialistas aborden sobre su propia propuesta comunicativa y política.

Entendimos que cada persona ha construido y sigue construyendo de una manera particular sus relaciones con el mundo y que a su vez cada radio, centro de producción y redes hacen comunicación radiofónica en escenarios y condiciones distintas. Entendemos que existen tantas formas de andar como Proyectos Políticos Comunicativos.

Entendimos que cada radio viene recorriendo un camino y las maneras en que lo ha recorrido forman parte de su Proyecto Político Comunicativo. Y este escenario, este contexto, este camino andado, se constituye en el punto de partida de esta propuesta educativa que estamos presentando.

Desde este lugar planteamos al Proyecto Político Comunicativo: como estrategia educativa de actualización de nuestras radios y redes que nos permitan procesos de empoderamiento.

Una estrategia educativa entendida como una serie de acciones organizadas para lograr un fin. Es a partir de un enfoque pedagógico y de una propuesta metodológica que proponemos reflexionar con los equipos de las radios, centro de producción y redes, sus Proyectos Políticos Comunicativos.

Por lo tanto el PPC no es un documento que indique una sola manera de hacer las cosas, sino que es una manera de reflexionar y construir muchas maneras de hacer las cosas. No pretendimos ni pretendemos decirle a las radios cómo caminar, ni dónde debe llegar con su propuesta. Buscamos que cada radio se piense a sí misma y a su proyecto.

Repensar el Proyecto Político Comunicativo de una radio es un acto de provocación a nuestras propias ideas, es un desafío a las formas de ordenar nuestro modo de entender y justificar lo que pasa. Es un desafío para tomar decisiones y ubicarnos desde la comunicación para transformar.

Una primera dificultad para enfrentar el trabajo fue el tiempo que cada radio podía disponer para desarrollar el taller, fenómeno que se extendió a casi todas las emisoras, salvo algunas excepciones: «la radio no para», «no podemos destinar una semana para eso», aún cuando por correo electrónico y por teléfono se habían hecho los acuerdos para el desarrollo.

Judith Gerbaldo, Informe de Bolivia, FM Stereo.

LOS PASOS INICIALES

Cuando comenzamos a andar la mirada diagnóstica puso énfasis en la pregunta por la comunicación que existía en las radios -tanto hacia dentro como hacia fuera- expresada en el tipo de producción que se hacía, en la valoración de las culturas en las cuales se hacía el ejercicio comunicativo, en los proyectos políticos que

orientaban las experiencias radiofónicas, en las relaciones con el contexto, con el territorio, entendido éste como el universo físico habitado por poblaciones.
En las cuarenta radios visitadas y partícipes de ésta experiencia formativa, el punto de partida fue un conocimiento previo a través de los recursos que hoy se tienen para la comunicación a distancia. Después, en terreno, «en vivo y en directo», se complementaría la mirada del «estado del arte» en cada experiencia.
A posteriori vendría la observación directa y colectiva de lo que estaba haciendo cada radio, red o centro de producción que fue visitado. Colectivamente con los equipos identificamos las necesidades, las urgencias o los problemas a abordar en este ejercicio formativo. En cada caso, utilizamos o inventamos herramientas que permitieran al equipo en su conjunto conectarse con su propia experiencia desde un «mirar adentro».
Pero esta mirada interior exigía la referencia a las audiencias, a la política, a la comunicación, a las relaciones sociales, al escenario, al contexto y al territorio. Creemos que, de esta manera, hablar de cambios, de transformaciones, hablar de lo que hay que mantener, tiene el sentido de construir desde procesos de deconstrucción más apropiados, analizados, interpretados y concientes.
Y, centralmente, esta mirada hacia adentro con una proyección hacia fuera partía de poner en común formas de pensar, de sentir y de actuar en prácticas como la comunicación, la política, la participación, la democracia. En este punto, fue necesario a su vez esbozar respuestas sobre la cultura, la identidad, la construcción de sentido, la incidencia, las construcciones simbólicas, una forma actualizada de hablar de la estética. Y entonces surgió la pregunta: ¿cómo es la realidad que queremos compartir, cómo la conocemos?

CONSTRUIR CONOCIMIENTOS

Por lo tanto, conocer es una acción de conocimiento colectivo y situado tanto para visibilizar la identidad, memoria e historia de ALER, como para contribuir a la construcción de sujetos y reconocer la realidad en la que nos movemos y las prácticas para producir miradas y lugares de sentido: saber cómo y para qué estamos en este mundo. En definitiva, conocer es una práctica colectiva que implica cambio permanente, tanto de lo anterior como de lo que aparece y también se modifica.
Política de gestión del conocimiento de ALER.

Conocer la realidad es un ejercicio personal, único, que adquiere sentido en el relacionamiento con la naturaleza, con el ambiente y con otras personas. En este ejercicio cotidiano vamos construyendo desde el asombro, desde diversos sentidos de vida, nos emocionamos con ciertas maneras de ver cada realidad, establecemos compromisos y generamos motivaciones de largo plazo con aquello que se transforma en un saber verdaderamente significativo.
Este proceso es resultado del conocimiento. Reflexionando sobre el acto de conocer podremos entender el acto de enseñar y de aprender. Porque si conocer es un proceso personal de interacción con otros, debemos pensar que la forma de aprendizajes de unos y unas no resulta ser la misma que la de otros y otras.
«El aprender es un fenómeno de transformación estructural en la convivencia. Lo interesante es que nuestra actitud es de no aceptar el cambio sabiendo, sin embargo, que estamos en cambio continuo.»[11]
Entonces, ¿cómo conocemos? ¿Cómo se establecen motivaciones duraderas con aquello que aprendemos y por qué otras veces se logran establecer sólo relaciones superficiales con eso que conocemos de la «realidad»?
Ya hemos dicho que la realidad es un proceso construido entre nosotros, cada uno y cada una, con lo que ocurre y con los otros. Por lo tanto creemos que para que se produzca conocimiento debe existir una estrecha relación entre las formas de enseñar y las formas del aprendizaje.
Y para que esta relación en las formas se logre tenemos que conocernos, tenemos que mirarnos, remirarnos y establecer lazos de encuentros, de cercanía. Debemos compartir esa realidad de manera reveladora, para apasionarnos con ella y decidir juntos lo que hay de transformador y lo que hay por transformar. Esta noción de mundos distintos nos provoca a cada uno sentidos diversos sobre eso que vivimos. Y lo que aprendemos es diverso no sólo entre las personas. Todos los aprendizajes nos van transformando de acuerdo al tiempo, a las circunstancias. Hacemos un camino de aprendizajes de conocimientos, todos y todas vamos aprendiendo y desaprendiendo a la vez. El aprendizaje es un fenómeno de transformación en la convivencia.[12]
Según Maturana, también existe otra forma de mirar la realidad: cuando nos situamos fuera de ella y establecemos una relación de privilegio frente a lo que ocurre, pues yo la conozco tal cual es y entonces también tengo el poder y la ascendencia para estudiarla y esgrimir mi sabiduría sobre ella. Así, también puedo medir los conocimientos de los demás y calificarlos como verdaderos o falsos.
Muchos medios de comunicación se autodenominan como medios objetivos, que dicen la verdad. Creen conocer la realidad tal cual es. Por lo general, lo que están diciendo es que tienen el poder sobre otros,

11. Humberto Maturana, durante la conferencia dictada en la inauguración del X *Encuentro Nacional de Investigadores en educación* en el Centro de Perfeccionamiento del Ministerio de Educación de Chile, septiembre de 1989.
12. Idem.

otros que no saben. En el fondo, cuando uno adopta esa actitud no tiene escapatoria, dice Humberto Maturana, está inmerso en la negación del otro bajo la pretensión de tener acceso privilegiado a cómo son las cosas.

Pero en la medida en que sepamos invitar a otros a construir juntos los «conoceres» y los saberes estamos privilegiando la convivencia de todos en función de lo reveladora que puede ser la realidad que nos toca interpretar, construir y deconstruir en conjunto. Darse cuenta de todo esto no es superfluo. Es revelador. Lo que revela es que el mundo en que vivimos, el mundo que conocemos, el mundo que aprendemos, lo creamos, lo traemos a la mano en nuestra convivencia con otros.

Y nos damos cuenta de algo más. De que distintos modos de convivencia crean, traen a la mano mundos distintos y en ese acto trae a la mano, a su vez, distintos modos de validar las explicaciones que damos a otros y a nosotros mismos.

Para nuestra propuesta de formación, para la puesta en escena de la estrategia educativa de formación alrededor del Proyecto Político Comunicativo, fue imperioso tener en cuenta que, para conocer, el otro se vuelve imprescindible. Con otra persona logro construir ese conocimiento. Estas formas de acercarnos a la realidad constituyeron formas de convivencia y relacionamientos diferentes a los que se habían vivido en experiencias anteriores de formación en ALER. Optamos por la construcción de conocimientos, la producción de sentidos, los aprendizajes significativos y la incidencia, acciones que están en la base de nuestros Proyectos Políticos Comunicativos.

Desde estas reflexiones animadas y realizadas en el ELFO, asumimos el compromiso de acompañar a cuarenta radios de la asociación a reflexionar sobre su PPC. Concientes de que conocer, enseñar, aprender y saber son actos que se construyen, que construimos en las condiciones en la cuales llegamos a cada experiencia, en las condiciones en las cuales los equipos de las radios se enfrentaron a esta propuesta.

Muchas veces, afianzados todavía en la actitud de esperar recetas, soluciones externas, miradas que dicen qué es lo que hay que hacer, más bien «descolocados y descolocadas» con una propuesta que desde un inicio invitó a construir colectivamente la necesidad y el camino para darle satisfacción, en definitiva, el camino de construir conocimientos colectivamente, lo que implicaba hacer preguntas y construir respuestas desde la realidad misma de cada experiencia radiofónica.

CONTEXTOS Y ESCENARIOS

En Ersilia, para establecer las relaciones que rigen la vida de la ciudad, los habitantes tienden hilos entre los ángulos de las casas, blancos o negros o grises o blanquinegros, según indiquen las relaciones de parentesco, intercambio, autoridad, representación. Cuando los hilos son tantos que ya no se puede pasar entre medio, los habitantes se marchan: las casas se desmontan, quedan sólo los hilos y los soportes de los hilos.

Desde la cuesta de un monte, acampados con sus trastos, los prófugos de Ersilia miran la maraña de los hilos tendidos y los palos que se levantan en la llanura. Y aquello es todavía la ciudad de Ersilia, y ellos no son nada.

Vuelven a edificar Ersilia en otra parte. Tejen con los hilos una figura similar que quisieran más complicada y al mismo tiempo más regular que la otra. Después la abandonan y se trasladan aún más lejos con sus casas.

Viajando así por el territorio de Ersilia encuentras las ruinas de las ciudades abandonadas sin los muros que no duran, sin los huesos de los muertos que el viento hace rodar: telarañas de relaciones intrincadas que buscan una forma.[13]

El contexto es la fuente principal de la producción de sentidos. Nos referimos al contexto y pensamos en los espacios físicos que habitamos las poblaciones de niñas, niños, adolescentes, jóvenes, adultas o adultos mayores; en el mundo de relaciones que tejemos y construimos en el, en todas las situaciones y acontecimientos que vivimos y construimos a partir del infinito mundo de relaciones que establecemos con la naturaleza y con otras formas de existencia humana y animal.

En este contexto, en esos territorios, descubrimos lo que nos identifica, lo que queremos y aspiramos. Desde allí elaboramos nuestras formas de pensar, de

13. Beatriz Borias. Por las ciudades de Calvino - Ercilia. Caracas, Venezuela, 2003.

sentir y de actuar que compartimos. A través de nuestros discursos podemos modificar e intervenir esos mismos espacios. Es el punto de partida y de llegada, pasando por la diversidad de miradas, por múltiples escenarios, con muchos actores que en conjunto significan y resignifican el mundo.
Aunque lo reconocemos como complejo y con límites

borrosos, entendemos al contexto como aquel entramado con bordados sutiles o paradigmáticos en que estamos situados, del cual partimos y al cual llegamos con nuestras inquietudes y nuestras ideas, nuestros sueños y desafíos.
Desarrollar la idea de un contexto globalizado pero segmentado a la vez, es lo que hace complejo leerlo con claridad. Vivimos entre lo cercano y lo lejano, entre lo íntimo y lo público, entre lo local y lo global, entre lo micro y lo macro. Por lo tanto, en el marco de esta propuesta de formación plasmada en la estrategia educativa del PPC, fue y será siempre un desafío mayor el conocimiento y reconocimiento permanente de los contextos, para la elaboración y reelaboración certera de los proyectos comunicativos y políticos en el escenario que se le presente a cada radio, a cada centro, a cada red o a cada coordinadora, la realidad que los convoca y en la cual hacen la comunicación que quiere hacer.
Mirar las radios en sus contextos implicó remirar la gestión de una radio vital, interactiva, participativa, relacionada con la comunidad, en contacto permanente con los actores sociales, las minorías, los grupos emergentes, las comunidades indígenas. Una radio que escuche, que dialogue, se involucre con el acompañamiento de las acciones de la gente para incidir en aquellos contextos adversos y obtener una mejor calidad de vida en todos los aspectos.

EL DESAFÍO: DIALOGAR SABERES

Dialogar saberes nos enfrentó al reconocimiento de formas de pensar, de hacer, de sentir expresados en miradas, aprendizajes y experiencias. Una recuperación de lo que cada persona, cada grupo, cada equipo de las radios traía consigo y lo puso en diálogo. Saberes siempre situados en un determinado escenario, con unos actores en ciertos momentos.
Aprendizajes realizados en prácticas inspiradoras y otras que no siempre alcanzan un final esperado. Muchos de ellos partiendo desde lo subjetivo, desde lo particular a lo colectivo y desde lo colectivo-universal, hacia el compromiso particular que toma sentido en lo colectivo. Muchos saberes que han partido de la pregunta y se han construido y constituido como experiencias de interaprendizaje.
Si tuviéramos que definir entonces algunas características de las situaciones educativas de nuestro procedo ELFO en las cuarenta radios que logramos acompañar en ALER, podríamos decir:

- Que fueron altamente participativas.
- Que promovieron el análisis crítico de esa realidad que se construye con otros y otras.
- Que partimos de la formulación de preguntas, de cuestionamientos de las realidades, promoviendo una visión interpersonal y multidisciplinaria.
- Que fue fundamental la historia para comprender las condiciones en las que se habían construido saberes y en las que se construirían nuevos conocimientos para seguir elaborando los discursos comunicativos.
- Que la acumulación de saberes, de experiencias de cada uno y cada una es importante para la construcción colectiva y la posterior toma de decisiones, de todos y todas.
- Que era un eje central del proceso provocar espacios para el aprendizaje que no provoquen diferencias entre unos que saben respecto de otras que no saben, sino que faciliten y propicien ambientes de verdaderos interaprendizajes.

La radio popular en Latinoamérica estará vigente siempre, las redes ayudarán a cada una de sus socias a estar actuales. Para eso hay que evitar estancarse en las pasiones del pasado. Muchas veces nos conformamos con el peso de las radios poderosas de antaño y nos cuesta crear red. Tenemos el tiempo de mirarnos en el espejo, estratégicamente, no desde nuestra cotidianidad que nos impide ver el horizonte.
Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE).

EL PASO A PASO

Cómo poner en escena la estrategia educativa del PPC

El Proyecto Político Comunicativo no es una receta, no es un documento escrito en un papel que guía nuestro camino. El proyecto político es móvil, cambiante y se construye de manera colectiva con nuestras audiencias. Implica reflexionar, plantearnos múltiples inquietudes, cuestionarnos, cambiar nuestras prácticas, afirmar aquello que venimos haciendo bien. Significa pensar en la producción de sentidos, en la estética, en la incidencia y la sosteniblidad.
Significa también pensar en otros ejes, en otros temas que rondan nuestras prácticas, que nos inquietan.[14]

El eje central de los modos como proponemos recorrer este camino de la estrategia educativa del PPC es la pregunta. Entonces, resultado de andar ese camino es la respuesta. Preguntas, tantas como sean necesarias, y respuestas, tantas como el proceso permitan construir. Queremos que las personas, los equipos y las audiencias, en sus territorios, en sus contextos y en medio de su cotidiana rutina comunicativa radiofónica, puedan hacerse preguntas que orienten su propia manera de andar el camino de la estrategia educativa del PPC. De esta manera construir respuestas que den satisfacción a las necesidades, situaciones, urgencias o problemas que motivaron sus preguntas.
Por lo tanto, es ésta una propuesta móvil, flexible y adaptable a las condiciones, a las preguntas y a las necesidades particulares y concretas de cada una de las radios, los centros, las redes y las coordinadoras. Éstas son algunas de las características de este paso a paso:
Es una búsqueda de coherencia y correspondencia permanente entre lo que sentimos, pensamos y hacemos, con los territorios y los contextos en los que laboramos. Una mirada atenta al mundo en que vivimos, con los cambios generados en el contexto, teniendo como opción preferencial -lo que se constituye en característica de nuestra asociación- a los sectores sociales más vulnerables: pobres, excluidos, jóvenes, niñas y niños, mujeres, migrantes, pueblos originarios. Siempre con una perspectiva de cambio social.
Es una propuesta que hace indispensable la constante relectura crítica de la forma como entendemos, comprendemos y practicamos la comunicación y la política, en coherencia y correspondencia con el Proyecto Político Comunicativo enunciado por cada radio, centro, coordinadora y red de comunicación, y en estrecha relación con los cambios cercanos y lejanos que crean nuevos escenarios de actuación social y cultural para nuestras experiencias comunicativas radiofónicas.
Es una motivación para, de manera sincera, hacer actualizaciones diagnósticas, personales y grupales de las propias prácticas comunicativas, de las propias prácticas políticas.
Es un proceso, durante el cual se planifican y realizan acciones que apuntan a que, con aportes individuales y colectivos, se formulen preguntas y se construyan respuestas. En este sentido, es un paso a paso que se define una vez precisada la necesidad, las preguntas que motivarán el diseño, la reflexión, la búsqueda, el análisis, la interpretación y la construcción de la respuesta. Los momentos del proceso estarán marcados por las acciones que se decidan realizar para construir la respuesta a las preguntas que se formulen.
Es una propuesta móvil. Y decimos que es móvil porque los motivos de reflexión que hoy nos preocupan no serán los mismos mañana. Porque el contexto de nuestra radio cambia, se actualiza y van sucediendo cosas que nos obligan a mirar y remirar periódicamente nuestra tarea comunicativo radiofónica. Aunque los problemas sean los mismos siempre, hay distintos modos de pensarlos y resolverlos.
Una propuesta que ve en las denominadas comunidades de aprendizaje una hermosa e imaginativa posibilidad

14. *La vuelta y media: reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo.*

de crecimiento para las personas y equipos participantes de cada proceso, donde los saberes se comparten, se intercambian, se enriquecen y se complementan.
Es un llamado a replicar estas comunidades de aprendizaje en tantas otras como equipos de las radios, centros, coordinadoras y redes de comunicación hubiere. Y, finalmente, es una invitación a que la creatividad en el diseño y uso de nuevas herramientas, medios y recursos pedagógicos se plasmen en estrategias pedagógicas y en un abrir las puertas a una concepción del futuro como espacio de voluntad, espacio de libertad y espacio de poder.[15]

LOS PASOS GENERALES DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO

Partiendo de aceptar, como supuesto general, que existen respuestas que preguntan o que existen preguntas que responden, proponemos unos pasos generales a partir de los cuales en cada contexto, en cada territorio, cada grupo de trabajo, cada equipo de radio, centro, coordinadora o de red puede colectivamente definir su propia manera de andar por el camino de la estrategia formativa del PPC:
1 > Primera etapa del proceso. El intercambio inicial de intenciones y necesidades: preguntas planteadas en cada caso.
2 > La construcción colectiva de un plan de trabajo para la primera semana que, reconociendo los escenarios, contextos y saberes existentes, defina un camino para construir respuestas a las preguntas planteadas en cada caso.
3 > Segunda etapa del proceso. La definición de un tiempo de actividades planificadas para las personas y el equipo de la radio a partir de los resultados logrados en la primera etapa del proceso.
4 > Realización de acciones de seguimiento para analizar e interpretar los resultados de las actividades realizadas por el equipo y las personas de la radio, centro, coordinadora o red y concluir el proceso con acciones de continuidad y de planificación prospectiva.
Estos grandes pasos estarán acompañados de herramientas que faciliten, animen y apoyen el objetivo de cada uno de ellos y el resultado esperado.

Este tipo de capacitaciones ayudan a aterrizar, poner los pies sobre la tierra. Son fundamentales el diseño, la flexibilidad y la posibilidad de adaptar el momento a lo que se va dando en el diálogo con el grupo y a lo que la institución necesita. Fueron muy productivos los talleres. Una metodología en cascada: de a poco se fue profundizando. Me gustó la lógica con que se desarrolló.
Liliana Berta, durante el II Taller ELFO en Voces Nuestras. Costa Rica, octubre de 2005.

UNA PROPUESTA PEDAGÓGICA

Reconocer la pedagogía como saber sobre las prácticas educativas, susceptible de ser sistematizado y conceptualizado, y a las y los educadores como sus portadores, tiene implicaciones para el campo de la educación popular. Por un lado implica que una pedagogía de la educación popular debe preguntarse no sólo por el cómo -metodología-, sino también sobre el porqué -sentido- y el para qué -intencionalidades-, sobre el dónde -ámbitos-, con quiénes -sujetos educativos-, el qué -contenidos-. Por otro lado, construir una pedagogía de la educación popular exige necesariamente involucrar a los educadores populares como sujetos capaces de reflexionar desde y sobre sus experiencias[16].

Si reconocemos a la pedagogía «como un saber sobre las prácticas educativas», y hemos afirmado que el PPC para el proceso de formación de ALER es fundamentalmente una estrategia educativa, queremos compartir en esta parte de la sistematización algunas respuestas que construimos durante el proceso de acompañamiento de las cuarenta radios a las preguntas que nos sugiere el texto de Alfonso Torres Carrillo.

EL SENTIDO DE ESTA PROPUESTA EDUCATIVA DEL PPC

A partir de este reconocimiento, la propuesta ELFO tuvo el propósito de desatar procesos de construcción colectiva de conocimiento y de reconocimiento. Además, de acompañar procesos y prácticas de descolonización de la vida cotidiana. ¿A que nos referimos con esto de la descolonización? Les invitamos a leer la introducción de el provocador texto de José de Souza Silva, *Desobediencia epistémica desde Abya Yala (América Latina). Tiempos de descolonización y reconstrucción latinoamericana en el pensamiento social latinoamericano*. Ese texto ayuda a comprender la importancia de la descolonización de nuestro ser, de nuestro pensar y de nuestro hacer cotidiano.

El pensamiento social dominante en América Latina no es

15. Juanjo Gabina. *«Conceptos básicos de prospectiva», en Prospectiva y Planificación Territorial*. Alfamega-Marcombo, Bogotá, 1999.

16. Alfonso Torres Carrillo. *La Educación Popular. Trayectoria y actualidad*. Editorial el Búho, Honduras, 2008.

latinoamericano. Después de siglos de presión para pensar como Ellos, la región más desigual del mundo grita indignada por justicia social, autonomía política, inclusión económica, cuidado ambiental, diálogo intercultural y desobediencia epistémica. Eran autóctonos los constructores de caminos en Abya Yala hasta 1492, que incluían el color, olor, sabor, sonido y textura de los modos de ser, sentir, pensar, hacer y hablar de los pueblos originarios. Desde 1492, caminantes foráneos destruyen antiguos caminos y construyen otros con los colores, olores, sabores, sonidos y texturas de sus modos de ser, sentir, pensar, hacer y hablar, y crean desigualdades, violencias e injusticias vinculadas a la idea de progreso/desarrollo constitutiva del capitalismo.

Para ser como Ellos, adoptamos un pensamiento subordinado al conocimiento autorizado por el más fuerte; somos rehenes de la dicotomía superior-inferior que nos clasificó como civilizados-primitivos y nos jerarquiza como desarrollados-subdesarrollados. Sin embargo, la humanidad experimenta un cambio de época. El pensamiento occidental está en crisis; pierde legitimidad el paradigma del industrialismo. Otros paradigmas están surgiendo con otra época histórica, pero no todos son compatibles con un futuro relevante para todos, como aquellos asociados al pensamiento unidimensional de la globalización neoliberal.

Es hora de romper con la colonialidad del poder -estructura global de poder creada a partir de la idea de raza-, colonialidad del saber -geopolítica del conocimiento que instituye y hace prevalecer la visión de mundo del dominador- y colonialidad del ser -violencia física, conceptual y espiritual sobre los pueblos para destruir su identidad y abortar su voluntad de cambiar el mundo- establecidas históricamente. Desde el pensar «anormal» de América Latina, el trabajo descoloniza la dicotomía superior-inferior, constitutiva de la idea de progreso durante el colonialismo imperial y de la idea de desarrollo en el actual imperialismo sin colonias, y aporta a la reconstrucción del pensamiento social latinoamericano con el reemplazo de las reglas de la subordinación intelectual por las premisas de la liberación epistémica.

Éste es un epitafio para la idea de progreso/desarrollo, una invitación para romper con la «normalidad epistémica» dominante y un eco solidario al grito de la región: talentos desobedientes de Abya Yala, ¡uníos![17]

El porqué animar este proceso educativo en el marco de los cambios de época que vivimos en el siglo XXI se explica con claridad en esta reflexión ya compartida en varios documentos de ALER:

Pese a encontrar experiencias llenas de vida, dinamismo y una vital conexión con el entorno, buena parte de las radios, centros y redes de comunicación habían perdido el norte. Carentes de incidencia, muchas se habían dedicado a mantenerse en el aire a «como se pueda» con cierto tono obsecuente hacia los vaivenes políticos y económicos de esta parte del mundo, con poca claridad en sus objetivos, cierto letargo en sus modos de producción y escaso relacionamiento con las audiencias.[18]

SUS INTENCIONALIDADES

Promover y animar esta estrategia educativa del PPC fue motivo de muchas reflexiones, de muchas jornadas de diálogo al interior del equipo ELFO, pero también al interior de la Secretaría Ejecutiva de ALER y de las radios mismas que participaron en el proceso. Citamos aquí otro texto de este documento de *La vuelta y media* que da cuenta de este «para qué» el proceso de formación alrededor del PPC de las radios, coordinadoras, centros de producción y redes:

El reto era posicionar al PPC como una estrategia móvil, cambiante, flexible que atraviesa la programación de radios, centros y redes de comunicación, sus modos de organización interna y externa, su sostenibilidad social y económica... la intencionalidad: incidir con esta propuesta en el desarrollo de América Latina.[19]

SUS ÁMBITOS

La respuesta a la pregunta acerca de dónde llevar adelante este proceso de formación tuvo siempre una repuesta contundente: en las radios, en los centros de producción, en las coordinadoras, en las redes. Optamos por ir a los lugares en donde se hace la comunicación radiofónica, en donde se hace política, en dónde se vive la vida, en donde suceden los sucesos. Y, en este sentido, vale la pena citar una reflexión ya compartida en el mismo documento de *La vuelta y media* que cruza el dónde se decidió llevar adelante los procesos con el quiénes, las personas y grupos que fueron sujetos de esta experiencia:

El camino recorrido nos dejó un aporte valioso: las relaciones inevitables entre las opciones y sentidos personales y las opciones y caminos colectivos. La reflexión sobre porqué se está en lo que se está y cómo se conectan las acciones, pensamientos y sentimientos personales, con el proyecto de la radio y de su propuesta de comunicación y acción. Es algo que, sin ser un planteamiento nuevo, es una

17. José de Souza Silva. *Desobediencia epistémica desde Abya Yala (América Latina). Tiempos de descolonización y reconstrucción latinoamericana en el pensamiento social latinoamericano.* Ponencia presentada durante el *I Congreso Internacional Pensamiento Social Latinoamericano: Perspectivas para el siglo XXI.* Cuenca, Ecuador, junio de 2008.

18. *La vuelta y media. Reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo.* ALER, 2007.

19. Idem.

mirada que reivindica las dimensiones del mundo privado y sus conexiones con el mundo de lo público.[20]

SUS SUJETOS EDUCATIVOS

Personas activas con conocimientos previos, con experiencia y con un imaginario propio. Sujeto de intercambios, de asombros y de descubrimientos continuos. Un alter, otro totalmente diferente con el cual dialogo, interactúo y conozco. Las personas de radios, centros y redes de ALER, además, los hombres y mujeres en búsqueda y con preguntas. El hacedor de la propia historia, de la propia utopía. Éste hacedor es un sujeto, un constructor colectivo.[21]

¿Con quiénes se propuso y se propone este proceso educativo? La respuesta a esta pregunta también ha sido clara y precisa: con comunicadoras y comunicadores de las radios afiliadas a ALER, prioritariamente:

La comunidad de nuestras radios, redes y centros de comunicación. Esa comunidad de intereses, valores, criterios, miradas, sentires y andares, con procesos de identidad comunes, de visión de mundo compartida, de razones por las cuales se hace lo que se hace: radio. Comunidad que construye desde el diálogo, que promueve procesos de aprendizaje entre sus integrantes. Inspirada en los mismos sentidos y con las mismas ansias de incidencia. Imaginamos también otros sujetos de aprendizaje para esta propuesta pedagógica, en otros escenarios: medios, escuelas y facultades de comunicación. Los mundos donde se debate, se dialoga y reflexiona sobre la comunicación.[22]

SUS CONTENIDOS, PRETEXTOS PARA EL DIÁLOGO DE SABERES

Desarrollar esta estrategia hizo necesario vislumbrar dos momentos esenciales en el proceso:

1 > Desarrollar la estrategia en cada radio a partir de la selección de unos ejes que nos permitieran acercarnos de mejor modo a la descripción.

2 > Analizar cada Proyecto Político Comunicativo.

En cada eje pensamos en uno o más contenidos susceptibles de ser analizados. El equipo del ELFO ha seleccionado, de acuerdo al trabajo en terreno, y a las necesidades de cada experiencia, cuatro contendidos fundamentales que, creemos, desarrolla lo esencial de cada eje.

EJES	CONTENIDOS
Lo comunicativo	La producción de sentidos
Lo político	La incidencia
Lo cultural	La estética
Lo organizativo/social/económico	La sostenibilidad

20. Idem.
21. Idem.
22. Idem.

A través de estos ejes llevamos adelante, colectivamente en cada radio, las miradas sobre sus percepciones del mundo, sobre las lecturas de sus contextos, sobre el reconocimiento de sus saberes, sobre el diálogo de esos saberes y sobre la construcción de nuevos conocimientos, aplicables a sus prácticas y generadores de nuevas experiencias.

Propusimos, desde estos ejes y contenidos amplios y flexibles desarmar y hurgar en las prácticas cotidianas y ver cómo podemos usarlas para repensar a nuestras radios. Digamos que repensar el Proyecto Político Comunicativo de una radio fue y queremos que sea un acto de provocación a nuestras propias ideas, un desafío al modo que tenemos de ordenar nuestra manera de entender y justificar lo que pasa. Un desafío para tomar decisiones y ubicarnos desde la comunicación y desde la política para transformar la vida.

Consideramos que estos son los pilares fundamentales sobre los que se eleva y vuela el ejercicio educativo del Proyecto Político Comunicativo, porque la reflexión sobre ellos implica una discusión general del proyecto radiofónico.

Es la primera vez que participo en este tipo de actividades y conocí algunas cosas. Es una gran ayuda para no sólo en este medio sino en otros medios. Me gustó que se hable también del proyecto de vida, que lo tenemos junto a la radio, también en la familia.

Roberto, integrante de Radio Pío XII ***de Cochabamba, durante el II Taller ELFO, agosto de 2006.***

La producción de sentidos

La propuesta del PPC respecto de la producción de sentidos buscó y busca definir nuestra propuesta comunicativa de forma abierta. ¿Qué quiere decir esto? Creemos que comunicar a través de la radio es construir, junto con nuestras audiencias, las bases de pensamientos y acciones que potencien nuestras capacidades, que contribuyan a conseguir objetivos colectivos de nuestras comunidades.

Producir sentidos es abrir nuestras radios a muchas voces, las de nuestra gente, las oficiales, las de investigadores y todos aquellos que aporten a comprender los contextos cercanos y lejanos y todo lo que acontece en ellos. En esta discusión surge entonces una pregunta: ¿qué es el sentido?

Rigurosamente, se trata de un conjunto de representaciones sociales, ideas y sentimientos que se conjugan en un momento para configurar un motivo, una razón para hacer algo, y también -y sobre todo- una forma de ver el mundo. Pero los sentidos cambian. Lo que hoy me motivó a hacer una cosa, cuando lo contrapongo a otras representaciones, a otras miradas, a otros sentidos, ideas y sentimientos, puede motivarme para algo distinto y cambio mis sentidos.

Así, producir sentidos en la radio, es apelar a la respuesta

de las audiencias, es el arte de preguntar para crear motivos, para impulsar la puesta en común de diversas formas de ver el mundo y para construir otras nuevas. En últimas, es como atizar el fuego para promover la acción colectiva, que no es otra cosa que movilizar ideas y prácticas a partir del diálogo, tratando de construir propuestas comunes.

No se trata sólo de construir consensos. Podemos estar en desacuerdo. Es más, la posibilidad de comunicarnos se basa en nuestra diferencia y no en pensar que todos somos idénticos. Producir sentidos es también producir y construir espacios para dialogar, donde la diferencia y el desacuerdo puedan ser semillas para otras construcciones. Por eso hablamos de sentidos, de muchos, en plural, y no de sentido en particular.

Producir sentidos es brindar la mayor cantidad y mejor calidad de información y herramientas para que nuestras comunidades aprovechen sus potenciales, resuelvan sus necesidades, demanden sus derechos y construyan propuestas en todos los niveles -local y regional, nacional e internacional-. Debemos ser actores importantes en el desarrollo, pero en especial en la construcción, junto con las comunidades, de una idea de bienestar que sea propia, sin imposiciones, y que tenga en cuenta la vida cotidiana de la gente y no sólo los indicadores institucionalizados de bienestar.

Producir sentidos es, finalmente, trabajar con nuestras comunidades para ayudar a aclarar el panorama de lo que significa vivir bien según la propia mirada, y hacerlo de una forma participativa, amplia y democrática.

Estaba soñando muchas cosas. A veces tengo imaginación. Veo que no nos comunicamos y no tomamos importancia a algunas actividades, los puntos de encuentro que puede tener la Pío XII. El lunes se inicia la campaña educativa con niños y jóvenes juntamente con otra institución, con la idea de ir a los mercados y hablar con la gente y las comunidades sobre estos temas y aquellos que les preocupan para incidir en esos otros sentidos. A veces nos perdemos en lo coyuntural. El taller me ayudó a soñar un poco más.

Eddy, integrante de* Radio Pío XII *de Cochabamba, durante el I Taller ELFO, mayo de 2006.

La incidencia

Como hemos visto hasta ahora, todo está conectado, y aquí vamos a ver para qué.

Nuestra radio está en un lugar especial: nuestra misión se complementa con una visión. Así es, tenemos unos objetivos y nos imaginamos cómo podría ser el mundo si los consiguiéramos. Lograr cambios, pequeños o grandes, profundos o superficiales, en la situación de nuestras comunidades, y cambios que aporten para construir ese mundo que nos imaginamos: eso es incidir.

Por eso, nuestra visión de incidencia es también colectiva. La radio, por sí sola, no cambia la realidad. La radio con su gente, cambia, construye proyectos, resuelve problemas y juntos transforman las realidades, los contextos. La radio es entonces un actor social. Somos un grupo de personas que hacemos algo, y que entramos en diálogo con nuestras comunidades, con las autoridades, con otros actores y procuramos proponer un punto de vista. Criticamos -es decir, analizamos, describimos las carencias y los aciertos- las políticas públicas de comunicación, programas sociales, procesos comunitarios, medidas políticas o administrativas y también hacemos muchas propuestas colectivas.

Por esto, construir estrategias que contribuyan a posicionarnos como actores sociales, y trabajar con nuestras comunidades para realizar críticas y propuestas colectivas, abrir espacios para que dialoguen las comunidades y las autoridades en pos de el «buen vivir» de nuestra gente, hacer denuncias sobre la violación de los derechos y libertades de las personas, y aplaudir, dar seguimiento a actitudes y prácticas que aporten a la comunidad, todo ello es incidir.

Aunque incidir también significa tener presencia en nuestra comunidad, ser referente, que las personas se sientan dueñas de la radio, que sientan que es un espacio abierto, al que se puede acudir a proponer y a decidir.[23] Cuando enunciamos la necesidad de incidir y construir el discurso público, el tema del poder se vuelve central. Lo público, no es sólo lo visto y oído por todos. Son también esas formas de crear incesantemente un mundo común a partir de la contestación a sentidos dominantes y la ampliación de diversas formas de presencia y de lucha en el campo social. Eso es construir poder.

Pero esa construcción de poder y la contestación de los sentidos dominantes no es crear nuevos sentidos que pretenden dominio -como en la concientización iluminista-, sino trabajar en procesos la desnaturalización de los sentidos dominantes, avalando formas y condiciones para construir sentidos diferentes que circulen en el ámbito de lo público. Esos sentidos no se crean en un gabinete de producción o en el estudio de radio. Se crean en el seno de la comunidad, en relación dialógica con otras fuerzas de la sociedad. Se hace especialmente con aquellos a quienes históricamente se les ha denegado la expresión pública, para que tomen el micrófono y digan su palabra.

Las reflexiones que hemos ido haciendo con tantos y tantas en los últimos años nos muestran con bastante claridad que ya no corresponde históricamente una apuesta contrahegemónica. Por otra parte, dicha apuesta no sería armónica con nuestra mirada sobre la diferencia y la apuesta intercultural. Y sólo habría que decir que no sólo le damos el micrófono a aquellos que

23. Jorge Huergo. *«Comunicación y educación: aproximaciones»*. Argentina, 2006.

nunca han accedido a él, sino que también podemos probar, y debemos hacerlo, con decir de otra manera, con que los que ya han accedido al espacio se transformen ellos mismos, asuman nuevas formas de decir.

Nos recordó la importancia de combinar creatividad y planificación. La radio como herramienta de transformación, desafiante, generadora de debates para el cambio que apunte a mejorar la calidad de vida de nuestros pueblos. Otro de los grandes logros de estos talleres es haber cohesionado los equipos de ambas radios -AM y FM-, el uso de una metodología participativa y la necesidad de plantear un trabajo más articulado entre las dos radios y el Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA). Combinado con la pregunta acerca del PPC, que fue muy provocativa.

Javier Velasco, integrante de Radio Santa Cruz ***de Santa Cruz de la Sierra, durante el II Taller ELFO, julio 2004***

La estética

Cuando hablamos de producir sentidos nos referimos a los contenidos, a las preguntas y a las metas que deberían guiar nuestra producción. Bueno, pues como hacemos radio, sabemos que lo importante no es sólo lo que se dice sino cómo se lo dice. Una idea, por mejor pensada que pueda estar, por más actores que hayan participado en concebirla, necesita de algo más para conseguir su objetivo. Necesita oírse bien, ser dicha con unas palabras adecuadas, que hagan el trabajo de animar al que la escucha para que la tome en cuenta, para que el mensaje produzca sentidos y se vuelva significativo para el otro y otra.

Y no siempre eso se consigue con una voz muy bonita, ni con tener el mejor equipo de amplificación. A veces sólo se requiere una elección adecuada de palabras. Pensar cómo construir simbólicamente nuestros contenidos para que, conjuntamente con las formas que le demos, expresen el sentido que queremos compartir, es lo que desde otros ámbitos y escenarios es denominado la estética de nuestra producción. N se trata únicamente de definir qué hace bonita a nuestra producción. Porque lo que es bonito para unos no lo es para otros. Pensar la estética es, entonces, encontrar la construcción simbólica más adecuada para que nuestros contenidos se mezclen con las formas más acordes para proponer nuestras ideas a nuestra audiencia y para que estas ideas pueden entrar en diálogo con las de nuestras audiencias, para que se pueda dar un diálogo de sentidos.

Pensar la estética es hacer que toda nuestra producción, en su conjunto, exprese una identidad. Por eso la estética atraviesa todo en nuestra radio: desde cómo hablamos, hasta la música que ponemos, la forma en la que promovemos que nuestra gente participe. Pensar la estética no se resuelve únicamente teniendo los mayores recursos de producción, ni repetir los formatos comerciales. Es encontrar la forma en la que nos podemos identificar con nuestras comunidades y acompañarlas en su búsqueda de otras formas mejores y más justas de ver sus vidas.

En el terreno de la estética se produce una tensión entre la reproducción y la creación. Hay experiencias buenísimas de radios populares y comunitarias que muestran novedosas narrativas a través de bucear en lo hondo de la cultura de la gente. Esas radios abordan la creación, junto con sus audiencias, sin miedos ni prejuicios. Sin embargo, en otras radios poco a poco se han ido imponiendo las formas convencionales del mercado. Son emisoras que se han dedicado a reproducir las formas. Audacia y recetas no se contraponen. Tener recetas tampoco es malo, si comprendemos cómo llegamos a esa receta, y si esa receta es el resultado de acercarnos a la gente y no de suponerla.

La posibilidad de desatar creaciones propias y de que esto sea una práctica permanente y continua se ve mermada por el miedo a perder competitividad en el mercado. Se prefiere muchas veces la receta y no la audacia y el riesgo creativo. Sin considerar que la creación cultural y cotidiana de la gente es siempre cambiante y dinámica, se apuesta por formas estáticas e inmodificables que queremos hacer eternas.

Puestos esos puntos, proponemos fundamentalmente una preocupación estética. Ocuparse de la estética es reconocer en las narrativas el poder simbólico, de significación, de crear espacios para significar, que está en la forma de la misma narración. La estética es un proceso creativo y permanente de reconocimiento y conciencia.

La estética de la radio también se construye en las calles, con la gente, con los movimientos sociales.

Mariela Pugliese, integrante de FM Bajo Flores, ***durante el Taller de Formación de Formadores de FARCO, julio de 2007.***

La sostenibilidad

¿Qué es ser sostenible? Bueno, es evidente que por un lado se trata de contar con recursos económicos suficientes para que estos esfuerzos se traduzcan en resultados. Hay que mantener a la radio, los equipos, el personal. Pero no sólo se requieren recursos económicos. Esos recursos pueden gastarse bien o mal. Es entonces donde entra lo organizativo.

Hay que organizar nuestro trabajo, poner a las personas a hacer lo que mejor saben hacer, destinar adecuadamente el dinero, usar eficazmente los recursos tecnológicos y, sobre todo, lograr que toda nuestra gente de la radio se identifique con el proyecto, que lo conozcan, que participen de su construcción.

Finalmente, nuestro proyecto debe proyectarse en el tiempo, debe ser sostenible en el tiempo. Para eso es importante conseguir que la comunidad se identifique con lo que hacemos. Que sepan cuál es nuestra misión y visión, que sean participes y que así mismo se sien-

tan. Nuestro Proyecto Político Comunicativo, nuestra propuesta comunicativa, nuestras propuestas de sentido, nuestras formas de incidir, nuestras búsquedas estéticas, deben ser un referente para nuestras audiencias, es decir, que cuando alguien quiera dar a conocer una idea sepa que puede venir a nuestra radio.

Entendemos la sostenibilidad como el proceso paralelo a todo emprendimiento e iniciativa social que permite y prevé su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y viabiliza cambios necesarios, a través de mecanismos e instrumentos adecuados para dicha continuidad.

Hablamos de **sostenibilidad organizativa** desde la cultura organizacional conformada por un conjunto de creencias y de valores compartidos que proporcionan un marco común de referencia a partir del cual las personas que pertenecen a una organización tienen una concepción más o menos homogénea de la realidad y, por lo tanto, un patrón similar de comportamientos ante situaciones específicas. La organización institucional es coherente con esos valores compartidos y asumidos.

La **sostenibilidad social** se funda en dos aspectos:

- La visibilidad y reconocimiento social.
- La credibilidad social.

El primer aspecto implica la capacidad de una organización para posicionarse en el imaginario social como una entidad que conoce y trabaja en un ámbito determinado. Aquello no implica simpatía o rechazo. Sólo representa el estar presente, que ya es un gran primer paso.

El segundo aspecto va más allá. Significa que la sociedad valore la presencia, trabajo y opinión de una entidad que se desarrolla en un ámbito determinado. Para ello una institución ha generado procesos de identidad, de reconocimiento por su saber, actuar y ser. Consecuentemente, confluyen identidades políticas, sociales o económicas, en una suerte de validación social, que se denomina credibilidad.

La **sostenibilidad económica** se entiende bajo tres premisas fundamentales:

- Tiene sentido si, gracias a ella, se garantiza la función social y el servicio público.
- La estrategia y alternativas que se definan tienen que articularse de manera coherente con el Proyecto Político Comunicativo y, en este sentido, lo económico no determina al proyecto.
- Trabajar en la perspectiva de la sostenibilidad económica es una condición para que haya vida y futuro para cada proyecto radiofónico.

En estos años hemos aprendido que las radios populares y comunitarias no se autofinancian en la lógica del mercado. Se sostienen y crecen a partir de múltiples articulaciones y relaciones establecidas a partir de un PPC.

Este tipo de capacitación nos abre la puerta para ver qué debemos mejorar. Siento que nos hemos dejado llevar por la rutina, pero necesitamos el apoyo del grupo directivo de la radio ya que aunque tratemos de mejorar si no tenemos el apoyo de ellos y los recursos necesarios no podemos hacer más que tener las ganas de mejorar.

Judith Gerbaldo, integrante del equipo ELFO, durante el Taller en Radio Santa Clara, ***Costa Rica.***

LAS COMUNIDADES DE APRENDIZAJE

Cuando iniciamos en ALER esta construcción colectiva de la propuesta educativa alrededor del Proyecto Político Comunicativo, aunque no tan claramente en un inicio, nos preguntamos sobre las relaciones entre el saber, los conocimientos y el poder que sobre ellos se tiene. Es decir, quién enseña a quién, o quién aprende de quién y cómo se dan estas relaciones que a través de la historia y de los procesos educativos formales son relaciones de poder.

El camino para encontrar y construir respuestas para estas inquietudes fue el trabajo en comunidad, en comunidad de aprendizaje. El equipo de formadoras y formadores que inició esta experiencia se constituyó desde un inicio como comunidad de aprendizaje.

¿Qué son comunidades de aprendizaje?

Es la posibilidad de desarrollar un proceso de enseñanza y aprendizaje, más allá del espacio geográfico, gracias a las NTICs. Pero también la posibilidad de intercambio continuo, cara a cara, de manera buscar cada día las formas de enriquecimiento, de fortalecimiento de las certezas, en actitud de diálogo con los interlocutores. Es darle sentido a los intercambios cotidianos para que éstos sean tomados en cuenta en la construcción conjunta de conoceres y saberes.

Es un intento por desmitificar la posesión única del conocimiento y de la verdad en unas pocas personas.

El Equipo Latinoamericano de Formación optó por la conformación como comunidad de aprendizaje. Eso significó planificar un proceso que permitió vivir una experiencia de diálogo de saberes en la construcción misma del proceso ELFO para las cuarenta radios que se acompañaron. Intercambiamos, describimos, analizamos, interpretamos conocimientos, saberes y experiencias para luego formular colectivamente la propuesta general desde la cual se pensaron luego, en el terreno, en los contextos y en los territorios las cuarenta estrategias de acompañamiento para las cuarenta radios que participaron del proceso.

Hacia afuera del equipo ELFO, esta propuesta de comunidad de aprendizaje se buscó instalar en cada radio, red, centro o coordinadora visitada, bajo el presupuesto de que para cada una de ellas era posible:

- construir su propio camino para revisar, reconstruir y recontextualizar su PPC,
- autónomamente, definir sus propias estrategias, metodologías y pedagogías para, de manera periódica, intercambiar, dialogar y construir conocimiento que

alimente su experiencia,

- dar seguimiento a sus procesos formativos, sistematizarlos, aplicarlos a su trabajo cotidiano y compartirlos con otras radios y experiencias.

También bajo esta mirada de la conformación de comunidades de aprendizaje se ha dejado abierta la puerta para llevar adelante experiencias de réplica de la estrategia educativa del PPC desde un sentido multiplicador de la experiencia. No sólo animamos y realizamos con las radios, centros, coordinadoras y redes visitadas la puesta en escena de la propuesta educativa -en algunos casos vinculando incluso a personas representantes de las audiencias-, sino que también contemplamos la posibilidad de réplica a partir de esta práctica de crear comunidades de aprendizaje.

Este espacio de la comunidad de aprendizaje logra sistematizar las experiencias radiales a través de la descripción, el análisis y la interpretación, dando lugar al punto de vista de los actores, a la subjetividad, a la historia local, a la lógica y a los sentidos que están presentes en las prácticas radiofónicas.

No se reduce a la acumulación de datos informativos sino que se adentra en procesos históricos, de contexto y de organización, para reconstruir y para interpretar críticamente esas experiencias radiales, con el afán de:

- mejorar las prácticas,
- compartir aprendizajes con otras experiencias y
- contribuir al enriquecimiento teórico desde las prácticas.

Las comunidades de aprendizaje son…

Archipiélagos de partes del conocimiento.
Roberto Arias, integrante FM Pocahullo -
Radio Comunitaria AM Intercultural Wajzugun.

Colectivo de aprendizaje que construye, desde ese mirarse, un saber distinto y nuevo que apunta hacia metas nuevas.
Participantes Taller de formación de formadores de FARCO, julio de 2007.

Nosotros estamos con esas herramientas de transformación. En algunos casos reafirmamos y también desaprendemos. Sí, está bien desaprender, es correcto, así como se planteó en este taller. Hace mucho que no me pasaba. Hace mucho que hago teatro y está esa práctica del cuerpo como envase y construcción de personaje, vaciarlo de alguien que no soy yo. Hoy lo llené de otra experiencia, de algo que no practicamos en el colectivo de Ahijuna. Para organizar esta comunidad de aprendizaje también nos llevamos ideas superadoras de las miradas que tenemos en nuestros colectivos. Esto es prácticamente lo que me llevo, que somos verdes, colorados, altos, bajos. La cuestión o la propuesta que hago es que seleccionemos los colores que nos conmueven de la vida, del misterio y del amor.
Ximena, integrante Radio Ahijuna, durante el Taller de Formación de Formadores de FARCO, julio de 2007.

LAS HERRAMIENTAS: UNA MALETA ABIERTA

Las herramientas representaron en este proceso de formación élfico recursos expresivos para compartir información, para introducir, para complementar, para facilitar, para concluir, para dialogar, temas o contenidos, una descripción, un análisis, una interpretación, una reflexión, una discusión, un debate y muchas acciones.

Durante el tiempo que duró el acompañamiento de las cuarenta radios participantes se fueron recopilando herramientas de aquí y de allá que armaron una bonita maleta de recursos didácticas para acompañar las jornadas de intercambio, diálogo y construcción de saberes sobre los ejes propuestos en esta estrategia educativa del PPC.

Tal vez un producto comunicativo que logró articular como herramienta contenidos, temas, experiencias y herramientas recopiladas en este proceso es el CD multimedia *El camino de la pregunta*. Ese es el nombre de ese material multimedia elaborado con muchos de los insumos recopilados en el proceso ELFO con las cuarenta radios incorporadas.

Hace tres años iniciamos un proceso de diseño de material educativo basado en la discusión del PPC como estrategia metodológica para la actualización de nuestras prácticas. Esta propuesta interactiva es resultado de un trabajo reflexionado con las personas que construyen las diferentes radios de la asociación. Hicimos talleres, conversamos y debatimos para llegar a esta producción colectiva que invita a recorrer un camino a partir de preguntas.[24]

A MODO DE EJEMPLO

Para cerrar este ejercicio de sistematización, queremos compartir la estructura de tres de los módulos que fueron propuestos. Baste una aclaración: estas «estructuras» presentadas no fueron nunca camisas de fuerza… y casi ni siquiera una camisa. En los cuarenta escenarios de aplicación de esta estrategia los módulos fueron reformulados, reorganizados y rearmados, en muchos totalmente.

24. Tomado de la presentación del CD Multimedia *El camino de la pregunta* que está anexo a esta publicación.

MÓDULO*
DE PRODUCCIÓN DE SENTIDOS

Las primeras puntadas

OBJETIVOS DEL MÓDULO

- Promover la reflexión en torno a que todo evento de comunicación generado desde la cultura marca intercambios de diferentes significaciones que a su vez van promoviendo relaciones entre los diferentes sentidos de la vida.
- Vincular el tema con la programación de la emisora como el rostro público y visible que permite entrar en relación con la audiencia.
- Descubrir las razones por las cuales la audiencia le atribuye cercanía a las diferentes formas de comunicación que existen en la radio.
- Descubrir individualmente, como integrante de un equipo radiofónico, cómo la forma particular de ver las cosas influye en el discurso radiofónico.
- Desarrollar una nueva manera de encarar la producción radiofónica.

IDEAS FUERZA

La partida de este módulo es hablar de la comunicación y su vínculo con la cultura, donde se pueda revisar las identidades a partir de las diferentes historias que se pueden escuchar de las personas de la radio.
Lo que se busca es generar un espacio de confianza y calidez con el objeto de desnudar a la emisora a partir de su vida cotidiana y ponerla en movimiento a partir de los componentes del PPC.

INTRODUCCIÓN

Construimos sentido desde nuestro discurso radiofónico. En él se expresa aquello que deseamos decir, imaginar, sentir en las audiencias. Este discurso se funda en el noticiero, en el programa de opinión, en las franjas musicales, en todos y cada uno de los espacios de la programación. A través del significado que se propone desde la radio y como se lo hace, las audiencias construyen nuevos significados, de esa manera, se construyen nuevos sentidos.
La reflexión que propone este módulo representa el mirar, entender y comprender las relaciones que se construyen a través de los mensajes de nuestra radio. Este módulo está relacionado con el proceso de construcción del discurso en la radio, un discurso que tiene un sentido, una intención, que responde a una manera de ver un tema, un contenido, un acontecimiento, un valor, una costumbre.
Esto también se suele llamar el mensaje de los programas, dicho de otra manera: lo que se escucha en las radios. Por eso, la reflexión central gira alrededor de la producción de sentido en el discurso de la radio. Este discurso que se construye en el noticiero, en el programa de opinión, en las franjas musicales, en todos y cada uno de los espacios de la programación.
El eje central de nuestra reflexión gira en torno a la preguntas:

* Los tres módulos que aquí comienzan fueron tomados de *La vuelta y media: reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo.*

- ¿Qué estamos proponiendo desde las radios?
- ¿Cuáles son los mensajes y los sentidos?
- ¿Cómo se cruzan con los significados que manejan y tienen nuestras audiencias?

A partir de este diálogo se construyen nuevos significados y se dibujan nuevos sentidos de vida.

Ese sentido construido en la radio desde la significación que se da a temas y contenidos, pone al aire discursos elaborados a partir de concepciones, cosmovisiones, miradas, análisis e interpretaciones individuales y colectivas del personal que opera la radio, de todas y cada una de las personas, colectivos, u organizaciones que hablan a través de la radio. En la reflexión que propone este módulo es muy importante mirar, entender y comprender las relaciones entre incidencia y producción de sentido, construidas en la gran cancha que demarca el Proyecto Político Comunicativo de la radio dentro de su escenario social de actuación.

¿QUÉ COSA ES EL SENTIDO?

Podríamos decir que en la propuesta de pensar el Proyecto Político Comunicativo de las radios de ALER aparecen por lo menos dos posibilidades de abordar el sentido. Uno de los conceptos del sentido, en el ámbito de la comunicación, está muy asociado a la ideología y tiene que ver con que el sentido es vaciar contenidos en las audiencias, es dar conciencia, es iluminar. Algunas épocas y tradiciones de pensamiento se fundamentan en esta idea: el iluminismo en el sentido de la tradición racionalista instrumental, el marxismo clásico, tal y como se lo interpretó en la revolución soviética, en la que la superestructura era producto directo de la estructura económica, la tradición judeocristiana occidental con sus verdades dogmáticas, pero también algunos usos de la educación popular que partían de la idea de un otro sin voz.

Estas diversas tradiciones ven la realidad como una causa objetiva y capaz de ser fragmentada, dividida y analizada y en la cual las personas y los grupos sociales aparecen de manera no compleja y son valorados previamente: son buenos o malos. Desde este punto de vista, el foco de la atención está siempre dirigido a combatir -término de guerra: se combate al enemigo- el problema y no las causas. Por ejemplo: se trabaja con o desde los pobres para combatir la pobreza. Sin embargo no se trabaja con las causas que ocasionan la pobreza, en las cuales los pobres son, por decirlo en términos cibernéticos, sólo un indicador.

Es obvio que la atención de los síntomas y no de las causa no es ingenua, sino que hay acciones que invisibilizan las causas y a los actores protagónicos de dichas causas, que no son precisamente los pobres. Muchas de estas acciones han sido las iniciativas de desarrollo para América Latina planteadas desde los países del norte.

LOS ACUERDOS CONCEPTUALES

Significante: en términos lingüísticos, el significante es un conjunto de fonemas.

Significado: en términos lingüísticos, se trata del contenido semántico de un signo. Es decir, la representación psíquica que provoca un signo -la imagen de lápiz cuando leemos palabra lápiz-. La relación entre los conceptos anteriores es que mientras el significante es la huella sonora que provoca un signo -palabra, por ejemplo-, el significado es la representación que asociamos a la misma. En el texto esta relación se usa para decir que los modos de comprensión ideológica del sentido trabajan con los significantes, es decir, no procuran la comprensión de las representaciones sino que imponen discursos y prácticas activadas solamente por esa huella sonora, y no por su significado.

Poiesis: en el texto se usa según su significado griego, es decir, como creación. Específicamente, una creación del arte. Posteriormente derivó en poesía, pero la forma de entenderla en el contexto de la propuesta de sentido, es como una creación que toma en cuenta la forma.

Axiológico: para designar la rama de la filosofía que estudia la naturaleza de los valores y juicios valorativos.

Teoría de la aguja hipodérmica: es una teoría acerca del efecto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública elaborada informalmente en una serie de estudios empíricos realizados a finales de los años 20 para analizar la influencia de los mecanismos de propaganda en la participación ciudadana masiva en la I Guerra Mundial. Estos estudios formaron parte de la primera ola de análisis sobre la comunicación, íntimamente relacionados con los simultáneos desarrollos sociológicos y psicológicos sobre el concepto de masa. Las conclusiones de los mismos se expresaron en las reflexiones de Harold Lasswell en *Propaganda Techniques in the World War (Técnicas de propaganda en la guerra mundial)* de 1927, donde afirma que la propaganda, sobre todo a través de los nuevos medios de comunicación, permite conseguir la adhesión de los ciudadanos a unos planes políticos determinados sin recurrir a la violencia, sino mediante la manipulación. Por otra parte, entiende la comunicación en términos propagandísticos como la forma más eficaz de mediación.

De ahí que, a éste concepto subyazga la idea de que el sentido es el significado -lo que algo significa, el significante que atribuyo a un signo-. Lo que cuenta es la carga valórica de la producción de sentido, lo axiológico del significado. Esta mirada del sentido desconoce también los procesos de recepción e imagina que el discurso es cerrado y que tal como lo emito es recepcionado.

Una propuesta radiofónica en esta línea creería que el sentido es la conciencia. Entonces, que un programa produce sentido en tanto sea contestatario, denunciador, contra-hegemónico, etcétera. Esta perspectiva ignora

que hablar de la hegemonía no hace más que contribuir a su fortalecimiento y que la comunicación no es sólo lo hablado sino que todas las prácticas son comunicativas. Esta propuesta descuidaría, entre otras cosas, la forma. Precisamente creería en la contradicción entre forma y contenido, entre ficción y realidad entre juego y trabajo.
La otra propuesta para entender más al sentido -y con la que estamos más de acuerdo- es hablar no del sentido -porque remite o alude a una gran cosa compacta- sino de los sentidos. No es verdad que hay un solo sentido, lo que encontramos son una pluralidad de sentidos. Entonces nos gustaría hablar de «los sentidos».
Desde esta perspectiva, los sentidos son lo que las prácticas comunicativas movilizan en mí: las preguntas que me generan, las posibilidades de hacer, las posibilidades de decir. Los sentidos son una gran propuesta que, según mi cultura, mi educación, mi historia, toda mi subjetividad, operar en mí, son los alcances de la significación. En éste punto, es fundamental atender a la mirada contextual.
Lo que decimos se define en la subjetividad, en la cultura y también por un contexto de la práctica. La práctica impone un sentido que es el conjunto de posibilidades de significación que se relacionan con el campo en el que se juega y con las relaciones de poder determinantes en ese campo. Desde este punto de vista una práctica radiofónica debería ser provocadora de la pluralidad de sentidos. Y si bien todas producen sentido, la diferencia sería cuál es más abierta y cual es más cerrada, cuál me permite mayores posibilidades de decir.
Una ronda informativa de la *CNN* por ejemplo, produce sentido. Eso es obvio. Pero es tan direccionalizado ese sentido, que casi no puedo moverme en esa propuesta educomunicativa. Una obra de arte, como por ejemplo *El grito* de Munch, es terriblemente gráfica, como lo indica la corriente pictórica en la que se enmarca, el expresionismo. Sin embargo, produce y pone en juego los sentidos: el dolor, la desesperación, la muerte, el miedo, la alegría de la liberación, en fin, me da múltiples posibilidades de decir.
Aquí ocurre lo mismo: hay un sentido práctico, una lógica de la práctica que hace que mis disposiciones para percibir esa obra tengan un límite. No hay una forma correcta de ver la obra, pero definitivamente entre las muchas formas de percibirla, sí puedo interpretar aquella que es completamente errónea, y digo esto porque la infinita multiplicación de los sentidos sólo llevaría a la imposibilidad de la comunicación.
Diríamos que una producción radiofónica orientada a la construcción de un proyecto de radio móvil, liberador y desarrollador de su comunidad, debería apelar a estos tipos de sentido. Aquellos que, si bien dan o tienen una perspectiva de mundo, su finalidad principal no es remitirnos a esa mirada de mundo enunciada, sino a nuestra posibilidad de hacernos preguntas.
Pero si reflexionamos sobre el sentido, debemos ir necesariamente a la reflexión sobre la incidencia. La primera mirada del sentido se anuda con la idea de que incidir es una forma de producir conciencia. Acorde con la segunda definición de los sentidos, a la que nosotros apostamos, la incidencia del discurso radiofónico o, mejor dicho, de la radio en la comunidad sería, en cambio, estar presente en forma significativa en el discurso público.
Incidir es ser una opción que las comunidades puedan elegir, pero no las comunidades en el sentido de totalidad monolítica, sino en el plano de lo subjetivo. Y

cuando hablamos de subjetivo, de ningún modo estamos aludiendo a la individuación o a la idea de que si es válido para uno está bien, noción que podría confundirse con una posición un poco liviana en el mundo.
Lo que pensamos es que la subjetividad se construye culturalmente. El discurso es propio en el sentido de la poiesis, más no es propio -como si se tratara de una propiedad privada- en lo que se dice. Cuando yo

hablo y digo, por ejemplo «el problema del embarazo adolescente», estoy utilizando una construcción discursiva que ya encierra, mejor dicho, evidencia una postura política respecto del tema. Además cuando yo hablo están hablando a través mío mi madre, mi abuela, el sacerdote de mi primera comunión, mis amigos del barrio, mis maestros de escuela, es decir mi comunidad, por oposición o afirmación mi historia habla en mí.

De aquí tenemos que pensar el carácter dialógico de la comunicación, que se produce una vez que el producto comunicacional se hace público y entra en diálogo con la cultura de quien lo escucha. De ahí que podamos concluir diciendo que no nos podemos quedar solamente en el discurso, debemos proponer estrategias.

Una posibilidad es desarrollar acciones para que las personas puedan visualizar su propia cultura como talento estratégico para el desarrollo. Apelar a la estética como expresión valórica de nuestro estar en el mundo y terminar de desvincularla de lo bello, en el sentido clásico. Reconocer en la estética de las cosas la manifestación misma del ser.

¿CÓMO CONSTRUYE SENTIDOS LA RADIO?

Existen temas muy importantes que pueden volverse superficiales en su versión oral; mientras una expresión ligera puede ser capaz de adquirir sentido profundo al volverse sonora. Esto significa que en boca de un radialista el mensaje se convierte en una sugerencia inteligente o en una frase fatalmente molesta. Una misma palabra resuena ocasionalmente con profundidad y dramatismo o con frivolidad y sin garra.[25]

¿Qué serían los sentidos que construyo a través de la comunicación radiofónica? Los sentidos serían un poco lo que las prácticas comunicativas movilizan en la gente: las preguntas que generan mis mensajes en los públicos, las posibilidades de hacer y de decir. Los sentidos son los alcances de aquello que significa para quien me escucha, una propuesta que toca a las audiencias según su cultura, su educación, su historia y su subjetividad.

Entonces, construimos sentidos también desde la recuperación de los códigos empíricos de las audiencias, que vienen a ser los conocimientos que ellas adquieren en sus prácticas cotidianas. También de los códigos ideológicos, que representan las diferentes formas de ver el mundo para entenderlo. Finalmente, nuestros mensajes tienen que ver con los códigos culturales, que se relacionan con la dimensión histórica de las audiencias, con ese entramado invisible que hace de la comunidad lo que es.[26] Entonces, consideramos que la radio es un medio de comunicación donde se producen sentidos. Esos sentidos pueden disputar un espacio político que conviertan, a la radio, en una actora social.

ANUDANDO CONTENIDOS

La comunicación es una construcción de sentidos tejida con las significaciones que le damos a la descripción, al análisis o a la interpretación del acontecer cotidiano; la construcción de sentidos implica a la cultura, a las subjetividades -afectos-, al contexto y al intercambio de conocimientos con la naturaleza y con los otros. Por lo tanto, la construcción de sentidos, como situación comunicativa, es un acto social que permite la construcción de significaciones individuales y sociales dentro del mundo cultural creando, provocando, movilizando y promoviendo diferentes intercambios e interpelaciones. Permite también la edificación de nuevas formas de pensar, de sentir y de actuar en la vida.[27]

Las herramientas para este proceso son:

- La escucha de sus propios productos, para descubrir el tipo de discurso que poseen, la comunicación que establecen y la cercanía con su contexto y la cultura.
- La mirada al pasado, presente y futuro de la emisora, a través de la revisión de sus hitos históricos, del diagnóstico del presente que visualice fortalezas y debilidades, y la proyección de la radio como sueño deseado.
- El encuentro con su identidad, a través de la construcción colectiva de quiénes son y hacia dónde van.
- El desencuentro con la cultura y la interculturalidad, a través de la escucha de sus productos para ver cómo los abordan y los reconstruyen.

Proponemos trabajar el módulo en tres momentos (jornada taller o reunión). Las siguientes son algunas líneas sobre la construcción de sentidos.

Volver al contexto: se trata de regresar nuestra mirada radial hacia fuera, el contexto. Si la radio ya lo vio, hay que volver a él con otros ojos y releerlo. Ese retorno al contexto permitirá reafirmar y afinar la relación con el espacio y con la comunidad desde la cultura; así se sitúan las relaciones comunicativas que establece la radio.

Abrir los sentidos: se trata de trabajar con el equipo de la emisora con quiénes se relaciona y cómo lo hace. Habrá que poner énfasis en las maneras y relaciones significativas pues influye en la construcción de sentido. En esta línea, habrá que tomar en cuenta:

- Los modos como se establecen las relaciones comunicativas, desde dónde nos comunicamos, cómo estamos dando significado a la vida cotidiana, desde qué ideas, principios, valores, teorías, cosmovisiones, creencias.
- Los modos de narrar la vida cotidiana de la gente, en la práctica radiofónica ¿Cómo nos involucramos?
- Los modos de expresión de la gente que se visibilizan en la radio y sus vivencias.

Revisar la programación de la radio: analizar si nuestra emisora construye sentidos desde sus programas.

25. Gall, Emanuel. *La radio en el Nuevo Siglo.* Agencia Conosur (DPA), 2001.
26. Dueñas, Maximiliano. Globalización y comunicación alternativa. 2000.
27. *Nuestra colcha de retazos.* Recursos didácticos de la Vuelta y media, 2007.

MÓDULO INCIDENCIA

Las primeras puntadas

OBJETIVOS DEL MÓDULO

Invitar al equipo de la radio a mirar el escenario en que trabaja.
Analizar la forma en que los modos de hacer comunicación incorporan a muchos o a pocos a formar parte de un proyecto político determinado.
Construir colectivamente una manera de mirar la incidencia con el equipo de la radio, desde sus propios contextos, experiencias y conocimientos.
Revisar el horizonte hacia donde camina la emisora y desde donde viene, misión y visión.
Examinar analíticamente los programas que se producen en la radio con el afán de revisarlos como una práctica radiofónica y desarrollar nuevas formas de producirlos.
Indagar las relaciones entre lo que desea la emisora y la programación.

IDEA FUERZA

La indagación sobre si vale la pena o no hacer radio para que nos escuchen y la reflexión sobre las huellas que se pueden ir dejando a lo largo del trayecto radiofónico. Saber si realmente queremos generar algún tipo de movimiento en la radio, desde el contexto propio de la radio y del que rodea a la misma.

INTRODUCCIÓN

Desde la aparición de los medios de comunicación se empiezan a desarrollar varias teorías y enfoques de comunicación que se preocupan justamente en la influencia del medio sobre la audiencia y en los «efectos» que provocan los mensajes masivos.
El receptor, de ser un objeto pasivo, graficado como un balde vacío al cual hay que llenar con contenidos, pasó a ser en nuestros días un sujeto activo que resignifica los mensajes a los que se expone y que entra en relación con el entorno que le rodea.
Es decir, se desmitifica la imagen omnipotente de los medios y se observa que el proceso de comunicación tiene que ver con múltiples factores o mediaciones que intervienen en la construcción de sentidos que incidan en la gente.
La incidencia ¿será un impacto? Entendido éste como un fuerte choque que provoca el mensaje por radio en las audiencias ¿será una influencia? Entendida ésta como la acción que ejerce el mensaje radiofónico sobre la audiencia ¿serán ambos? El impacto, entendido como el grado de influencia que poseen los mensajes radiofónicos sobre las audiencias.
La incidencia no puede ser entendida como un impacto -heredada de la teoría de los efectos- porque representa un significado determinante a escala comunicativa. Es algo demasiado tajante. Implica pensar, como en los albores de la teoría de comunicación, en el proceso de comunicación como una «aguja hipodérmica», donde los mensajes se alojan debajo de la piel de las personas que se exponen al mismo. Sin embargo, tampoco

se puede negar que los mensajes radiofónicos dejan una huella superficial o profunda en la gente, a través de su discurso radiofónico.

LOS ACUERDOS CONCEPTUALES

¿Y QUÉ ES ENTONCES LA INCIDENCIA?

La incidencia radiofónica será esa huella que se impregna, de alguna manera, en la audiencia ¿Cómo? A través de los mensajes que tienen que ver con los intereses, los gustos y preferencias de ésta vinculada con nuestra propuestas radiofónica.

Esto nos exige ver qué está pasando con nuestra oferta radiofónica. Es decir, puede pasar que como radios otorguemos a la gente aportes significativos pero que nos falte todavía incidir. La incidencia se puede medir en su alcance en contextos grandes y en la construcción de sentidos.

No basta con llegar al primer lugar de audiencia para afirmar que tenemos un alto nivel de incidencia. Y mucho ojo con lo que acabamos de expresar: consideramos que la incidencia no se reduce tampoco al aspecto informativo. Eso significa que la radio puede incidir desde diferentes ámbitos y temáticas.

La incidencia de nuestra radio en la comunidad sería estar presente en forma significativa en el discurso público. Incidir sería una opción situada en comunidades diversas, con sujetos diversos que eligen nuestra propuesta comunicativa porque la ubican como un polo de identidad, justamente porque es abierta y múltiple.

Incidencia radiofónica

Esa huella se impregna en la audiencia a través de los mensajes que tienen que ver con los intereses, los gustos y preferencias de ésta vinculada con nuestra propuesta radiofónica. Se entiende a la incidencia como el proceso de relacionamiento en el que se involucra la producción de sentidos con los modos de interpretación que provoca siempre dentro de una mirada de comunicación determinada y respondiendo a una mirada de ver el mundo. Incidimos en la medida que nuestro discurso radiofónico es coherente con el discurso político y comunicacional que nos representa.

¿La radio por sí sola puede incidir?

Sentarse detrás del micrófono, pensar un programa, colocar una canción, la manera de cubrir ciertas noticias, definir el tono con el que hablaré, utilizar ciertos silencios o ciertos efectos de sonido, asumir un tipo de actitud ¿serán elementos que determinarán el grado de incidencia que podrá tener un mensaje radiofónico? ¿La incidencia pasará por productores, operadores, técnicos y locutores?

La incidencia depende de:

- La claridad que posee la radio en la lectura de su realidad.
- La construcción de esa realidad con su audiencia.
- La manera de suscitar cambios de actitudes ante esa realidad.
- La forma de provocar modificaciones en la toma de decisiones.
- La visión de mundo, política y cultural, que tiene la radio como actor social.

Por lo tanto, la radio por sí misma no puede incidir.

¿Por qué preocuparnos por incidir?

Nos preocupamos por incidir para crear condiciones que generen transformaciones en beneficio de la sociedad. También con el afán de establecer nuevos conocimientos que permitan el aprendizaje de las complejidades y el enfrentamiento con las incertidumbres, provocar el reconocimiento cultural a través de diálogos interculturales y forjar un aprendizaje innovador y pertinente.

La dinámica de la realidad que nos rodea obliga a la radio a estar en sintonía con ella, a crear constantemente nuevas respuestas, a sentir cotidianamente a la audiencia y a conocer periódicamente qué es lo que piensa.

La radio incide desde sus rostros públicos: la programación es uno de ellos. Ésta constituye la propuesta comunicativa a través de la cual entra en relación con la audiencia. Por lo tanto, la incidencia también es un proceso de seducción donde prima el interés común entre la radio y sus audiencias.

Entonces, incidimos con nuestro trabajo radiofónico de manera integral en la práctica cultural de vida. Es decir, en todo: en el pensar, en el sentir y en el hacer. No nos interesa exclusivamente el mundo del pensamiento. También el mundo de los afectos y el mundo del hacer.

Podemos incidir en la medida que nuestros discursos sean significativos y motiven nuevas miradas de mundo, nuevas preguntas y novedosas respuestas en cualquiera de los niveles de la vida cotidiana de la gente. A partir del pensar de cada uno de nosotros, que está expresado de muchas formas: creencias, valores, costumbres, doctrinas, saberes, conceptos, ideas fuerza de nuestra vida, concepciones, visiones, cosmovisiones, intereses.

HERRAMIENTAS PARA LA EXPLORACIÓN DE ESTE MÓDULO

> Acercándonos a la lectura del contexto: descripción del escenario donde se ubica la radio:

- territorio geográfico y humano
- relaciones sociales y culturales

- población
- distribución de servicios
- infraestructuras
- existencia de instituciones

> Acercándonos a las cosmovisiones: mirar la forma de ver el mundo desde las siguientes perspectivas:
- social
- comunicativa
- personal

Estas maneras de observar el mundo permiten identificar las formas cómo las personas se mueven en un determinado espacio y cómo se relacionan en el mismo. Cuando hablamos de él lo hacemos desde las múltiples miradas y construcciones. No hay un mundo único, que es el que siempre permite el blanco y negro de la dominación hegemónica. Hay múltiples objetos-mundo, es decir, construcciones del mundo que hacen a las personas significativa su experiencia. Así que más que maneras de observar el mundo, hay maneras de construirlo. Estas maneras de observar el mundo permiten identificar las formas de cómo las personas se mueven en un determinado espacio y cómo se relacionan en el mismo.

- El sueño de la emisora que deseamos: el equipo imagina a la emisora en el futuro, a través de uno o varios dibujos.
- La historia de la radio: se reconstruyen colectivamente las diferentes etapas de la vida de la radio identificando los hitos más importantes de manera creativa, con el afán de llegar al presente.

Paralelamente, se vinculan estos hitos históricos con el análisis de la dimensión política -misión, visión y objetivos estratégicos- y se problematiza si el sueño de la radio se cumplió a través de la programación de la emisora.

- La incidencia desde los productos de la radio: se analizan los diferentes programas radiofónicos, por medio de pautas que apunten a verificar la existencia o no de incidencia. Este ejercicio se puede cruzar con mediciones cualitativas como los grupos focales.

- La lectura del contexto
- Las cosmovisiones
- La historia de la radio
- El sueño de la emisora que queremos
- Análisis de un producto radiofónico
- Puertos de llegada

MÓDULO ESTÉTICA

Las primeras puntadas

OBJETIVOS DEL MÓDULO

- Identificar colectivamente las diversas formas de expresión originadas desde la cultura y desde la identidad de los pueblos donde está ubicada la emisora.
- Vincular el tema con la cultura, las formas de expresión y el estar éticamente en el mundo.
- Apreciar y entender los diversos tipos de belleza que se construyen desde un intercambio cultural dinámico y relacionado, y no desde los estereotipos y los modelos impuestos.
- Desarrollar una nueva manera de hacer producción.
- Generar procesos creativos para ampliar la mirada de lo estético y aprender de la cultura y del contexto para expresar, por las ondas electromagnéticas, nuevas formas.

IDEAS FUERZA

En este módulo el eje de la reflexión estará en torno al vínculo entre la cultura con lo estético. Eso significa cómo a través de la cultura se va construyendo la expresión de las formas.

INTRODUCCIÓN

La idea de estética es vista desde diferentes miradas. Hay quienes la acercan más a las emociones y al placer sensorial relacionados con una perspectiva artística individual y quienes la ubican en el plano exclusivo de la publicidad, donde se termina comprando un envoltorio en vez de un producto necesario.

Sin embargo, para comenzar este nuevo camino, consideramos que la estética se refiere a una construcción social en continua creación y recreación. Eso significa que no es algo estático o una simple repetición o reproducción de formas y sentidos, sino la representación misma del poder de la naturaleza y el ser humano para crear formas.

Por lo tanto, la estética son las formas de expresión que se originan y pasan por la cultura y la identidad de un pueblo y que representan los sentires y las maneras de estar éticamente en el mundo. De esta manera, la experiencia estética se define en relación a lo vivido, a lo subjetivo; por lo tanto, no se despersonaliza del sujeto.

Hablar de estética en la radio va más allá de nuestras concepciones «tradicionales» sobre este concepto. Eso significa que cuando hablamos de lo estético inmediatamente lo relacionamos con lo bello. Pero ¿qué será lo bello? Pues, una construcción social y cultural. Lo estético no se reduce a esa construcción hegemónica de lo bonito, sino que representa un campo abierto donde se reorganizan los espacios culturales y se introducen otros parámetros para redefinir lo bello y ampliarlo a las formas de expresión.

LOS ACUERDOS CONCEPTUALES

LA ESTÉTICA

Es una construcción social en continua creación y

recreación, es la representación misma del poder de la naturaleza y del ser humano para crear formas.

¿Estética y cultura van de la mano?

«El significado estético se encuentra impreso en la conciencia colectiva de las personas y lleva a grupos humanos, que comparten la misma cultura en un determinado tiempo, a sentir placer perceptual ante determinados objetos visuales o acústicos. Si bien es cierto que existen significados estéticos personales que no coinciden con los colectivos, eso no modifica la conciencia colectiva al menos en muy largos períodos."[28]

De esta manera, podríamos reconocer una especie de percepciones colectivas que se propagan por la tradición oral, visual o kinésica. En este sentido, un objeto de arte es un objeto reconocido como tal por el grupo. Dicho reconocimiento se produce en un espacio cultural determinado.

El proceso de creación colectiva implica una organización, un espacio de desarrollo, un reconocimiento, un tiempo y una sustentabilidad social y económica. Entonces, lo estético se relaciona con la cultura porque está compartida por miembros del mismo grupo cultural y porque ambas son dinámicas. Esto significa que no podemos dejar de lado los elementos que identifican, culturalmente, a una persona de otra.

Nos referimos a su historia, su memoria, la relación con los otros, sus facultades, su proyecto de vida y su espiritualidad. Como se puede ver, al existir una creación diaria de pensamientos y de cultura a través de la relación que una persona o un grupo tiene en el mundo, tenemos que estar atentos en la construcción de distintas estéticas y en cómo son reconocidas en nuestra propuesta comunicativa de la radio.

¿Estética radiofónica?

Uno de los ejes centrales de la propuesta de formación de ALER plantea abordar el tema de la estética como la forma que comunica. ¿Qué queremos decir con esto? Implica que todo lo que empleamos en el discurso radiofónico -efectos sonoros, palabras, silencios, música, el tipo de personas elegidas para las entrevistas, el orden de las apariciones, los comentarios, las editoriales, los actores: ancianos, niñas, niños, jóvenes, mujeres, homosexuales, los tipos de temas, los posicionamientos- todo comunica y propone. De tal manera que el modo en el que comunicamos no puede ser un recurso.

No podemos seguir refiriéndonos a la estética como lo bello, como el recurso para rodear la noticia, para vestir la radio. Jesús Martín Barbero propone «no confundir lo estético con la mirada ‹romántica› que lo vincula únicamente con lo bello, sino reconocer que en éstos saberes entrañan las formas de lo expresivo».[29]

Si de verdad se quiere incidir, se tendrá que reconocer que la forma comunica y que la estética de nuestros discursos tendría que posibilitar el movimiento, provocar preguntas, detonar sentidos.

El sonido, en nuestra actividad diaria, representa el recurso expresivo que poseemos para elaborar ideas, emociones y valores, y para llegar al otro provocándole, afectándole o inquietándole. Es decir, podemos construir maravillas y también pesadillas.

Ahora bien, en la radio existen otras formas de expresión. Estas formas son entendidas como las maneras de representación que construyen las personas ubicadas dentro de un grupo social y que las constituyen culturalmente. Las formas de expresión que hay que tomar en cuenta en nuestro trabajo radial y que distinguen a los grupos culturales son:

La oralidad: como la forma de comunicarse a través de la palabra, donde los signos se verbalizan para construir el mensaje que relaciona con otros. Es más informal y no requiere de un conocimiento estricto del lenguaje. Ocurre más rápidamente que otras formas de expresión.

La sonoridad: como las formas y ritmos de narrar, de ambientar acústicamente, de reconocer ritmos musicales y distinguir entonaciones que hacen sentido en diferentes culturas. Estamos llamados a mirar lo sonoro desde los imaginarios sonoros de las audiencias, desde las expresiones culturales que van más allá de la radio como fuentes de la creación radiofónica.

Lo visual: como el recurso radiofónico de crear imágenes a través del lenguaje radiofónico.

Los ritos: son las conceptualizaciones individuales que, consensuadas colectivamente, forman parte de una expresión de una comunidad determinada.

Lo simbólico: existen también otras maneras de expresión que pasan por el lenguaje ritual -serie de espacios comunicativos- y por su imaginario; también por la manera cómo la persona se sitúa en su cultura desde sus valores.

Cualquier producto de la radio puede ser estético, un informativo, una cuña educativa, etcétera. Al utilizar plena y expresivamente todos los recursos radiofónicos, captamos y conservamos la atención de los oyentes, impresionándolos emotiva y sensorialmente para proporcionarles un deleite perceptual. Así que para darle movimiento a la radio no hay que dejar de lado la estética.

Estético sin olvidar lo ético

Tenemos que reconocer que muchas veces se esconden

28. Susana Sanguineti. «Estética en la comunicación audio» en *Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna, 2001.

29. Jesús Martín Barbaro. «Saberes Hoy. Dimensiones, competencias y transversalidades» en *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 2003.

contenidos ideológicos monstruosos detrás de estructuras estéticas.
Lo ético, el estereotipo y lo bello: definir lo bello desde el intercambio cultural dinámico y relacional, no desde el estereotipo o modelos impuestos. En esos casos, tenemos que distinguir que la responsabilidad de que esto ocurra no es el potencial estético del lenguaje sonoro, sino exclusivamente del emisor y de su intencionalidad.

LO ÉTICO

Lo ético son los valores que configuran la convivencia social. Por lo tanto, son acordados por un colectivo. El sentido de lo ético como acción de reconocimiento, de respeto, de permisividad para la expresión diversa, para lo multicultural, para lo pluricultural en relaciones interculturales respetuosas y no exentas del conflicto constituyen los valores que configuran la convivencia social y que son acordados por un colectivo.

EL ESTEREOTIPO

Es un concepto de grupo, algo que comparte un grupo, se construye uniformidad sobre su contenido. Refiere a los rasgos característicos, suelen ser descripciones subjetivas. Los estereotipos se constituyen en sistema selectivo de organización cognitiva y es un aspecto del pensamiento humano. El estereotipo es un elemento que desfigura la estética en la comunicación. Esto se relaciona directamente con nuestra ética como radialistas. No olvidemos que lo ético está constituido por los valores que configuran la convivencia social y que son acordados por un colectivo. Por lo tanto, debemos tener cuidado en la construcción de mensajes con contenidos éticos y dejar de lado aquellos con contenidos perversos, pues ambos alzan vuelo a través de la forma.
Es ética también la manera de cómo se construye lo bello desde el intercambio cultural. Es decir, existen estéticas subterráneas que son excluidas y marginadas de esa construcción dinámica y relacional entre la cultura. Eso significa que hay que ir más allá del estereotipo o desde modelos impuestos.
Entonces hay que reconocer el desarrollo constante de nuevas estéticas que suponen formas expresivas -suburbanas, migrantes e indígenas- donde se edifican también nuevos saberes estéticos relacionados a la sensibilidad, saberes que fueron relegados al campo de la imaginación o de la magia.

ANUDANDO CONTENIDOS

La estética representa las formas de expresión que se originan y pasan por la cultura y la identidad de un pueblo y que constituyen los sentires y las maneras de estar éticamente en el mundo. Existen múltiples y plurales expresiones estéticas de la vida, de la cultura de cada pueblo, de cada comunidad, de cada grupo humano que construya diariamente cultura, que construya diariamente pensamiento, sentimiento y acción cotidiana. Si de verdad se quiere incidir, se tendrá que reconocer que la forma comunica y que la estética de nuestros discursos tendría que posibilitar el movimiento, provocar preguntas, detonar sentidos.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Las herramientas adecuadas para la exploración de este módulo son:
Lo cercano es más bonito. La representación de lo estético se edifica a través de la cultura. Entonces, con pinturas, esculturas y producciones sonoras de diferentes culturas, se irá armando lo estético para el equipo de la radio.
Lo de adentro es lo que expreso hacia fuera. Las producciones radiofónicas de la radio ¿qué estética poseen? ¿Cómo se construyen? Entonces analicemos nuestros productos.
El más allá de lo estético. Las expresiones que se manifiestan desde los productos de la radio ¿cómo son? ¿Cómo recuperamos y diversificamos lo estético en la radio? Como una integralidad y no como algo exclusivamente bonito.

ORGANIZACIONES

Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe - AMARC ALC
www.amarc.org / www.alc.amarc.org

La *Asociación Mundial de Radios Comunitarias* (AMARC) es el referente organizacional, político y comunicacional del movimiento de radios comunitarias, ciudadanas y populares. Su misión es promover la democratización de las comunicaciones para favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible de nuestros pueblos: democratizar la palabra para democratizar la sociedad.

Los y las periodistas, comunicadores/as, radios comunitarias y centros de formación y producción asociados a AMARC contribuyen a la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales, así como a la promoción de toda iniciativa que busque la paz, la amistad entre los pueblos, la democracia y el desarrollo. Son organizaciones y personas que trabajan por la democratización de la comunicación, la sociedad y la cultura. Reflejan y ayudan a construir las identidades, hablan las lenguas locales y producen nuevas agendas públicas para el debate de la ciudadanía. Esta construcción de ciudadanía se fundamenta en la capacidad de las mujeres y de los hombres, adultos, jóvenes, niños y niñas de establecer relaciones humanas basadas en la equidad y la igualdad.

La red internacional fue fundada en agosto de 1983 en Montreal, Canadá. En América Latina y Caribe, AMARC comenzó a funcionar como región organizada en 1990. Hoy, AMARC ALC está conformada por más de 400 emisoras, centros de producción, TV comunitarias y redes nacionales y subregionales asociados. Diez programas de trabajo organizan y desarrollan las principales líneas de acción del movimiento de radios comunitarias en la región.

El reconocimiento y fortalecimiento del rol social y político de las mujeres para establecer nuevas prácticas de comunicación es una de las líneas principales. La *Red Internacional de Mujeres* (RIM) de AMARC se ha formado para defender el derecho a la comunicación de las mujeres como un Derecho Humano fundamental a través de las radios comunitarias. Promueve la difusión de imágenes no sexistas, el empoderamiento de las mujeres y su acceso a todos los niveles de decisión, la formación a través de iniciativas de capacitación e intercambio de producciones y la equidad de género.

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER
www.aler.org

La *Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica* (ALER) fue creada en 1972, cuando 18 radios de la iglesia católica decidieron asociarse. Estas emisoras venían alfabetizando a distancia, especialmente en el campo. La radio puramente educativa pronto cambió. ALER se transformó en la asociación de radios populares.

Sumamos voces, contamos historias con los lenguajes de nuestra tierra, con el sabor de nuestra gente, hacemos magia a través de la radio.

Una opción histórica nos acompaña: la democratización de la comunicación y el trabajo constante, desde nuestro quehacer radiofónico, por un continente equitativo, incluyente y democrático.

Por ello, cuantas más radios y redes logremos conectar e interconectar; cuanto más abramos múltiples espacios de diálogo; cuanto más incluyente sean nuestras programaciones; cuánto más respondamos a los lenguajes y estéticas de nuestras comunidades; cuánto más aportemos al desarrollo de capacidades locales y nacionales; cuánto más participemos activamente en procesos de incidencia en políticas públicas en comunicación, pero no sólo en comunicación; más nos acercaremos a nuestro proyecto político comunicativo: incidencia, producción de sentidos y estética, asentados en una sostenibilidad social, organizativa y económica y contribuiremos mejor a los procesos locales, nacionales y regionales de desarrollo.

En 2008, desde su opción histórica y su apuesta actual y de futuro, ALER avanza con 118 radios, coordinadoras y centros de producción; más de 500 radios en este y otros continentes conectadas al Sistema intercontinental de comunicación radiofónica-SICR; cinco líneas estratégicas de trabajo: proyecto político comunicativo, SICR, sostenibilidad, formación/investigación y políticas públicas en comunicación; diez estaciones satelitales interconectadas en América Latina; diez coordinadoras y/o redes nacionales participando en acciones conjuntas y permanentes; doce redes de comunicación que desarrollan trabajos especializados.

Programa conjunto de AMARC ALC y ALER, Ritmo sur
www.ritmosur.org

El Programa Ritmo sur es el punto de encuentro entre AMARC y ALER, unidas con el fin de desarrollar un proceso de fortalecimiento y desarrollo de capacidades de redes nacionales e instancias organizativas conjuntas de radios comunitarias y populares.

El programa está localizado en América Latina y el Caribe, exactamente en 12 países de la región: Argentina, Paraguay, Chile, Uruguay, Bolivia, Brasil, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, México y República Dominicana.

Pretende que las radios y redes incidan y se conviertan en referentes de la comunicación en sus respectivos ámbitos, que sean constructoras de una sociedad distinta desde la comunicación y que se refleje en una práctica radiofónica donde además interactúe lo local, lo nacional y lo latinoamericano.

No se trata de que todos pensemos de la misma manera. Queremos que radios y redes seamos capaces de ponernos en movimiento de manera conjunta, en el que se incluyan varios estilos, prácticas y puntos de vista, de acuerdo a los contextos y dinámicas de cada uno.

Ritmo sur es también una oportunidad. La oportunidad que tenemos todos y todas de concretar nuestro sueño de que otra comunicación y otro mundo es posible. El apoyo de las agencias de cooperación holandesas *Free Voice* y CMC lo hacen posible.

El propósito general de este programa es construir capacidades en radios populares y comunitarias, centros de comunicación e instancias de coordinaciones nacionales y regionales con ALER y AMARC ALC dentro del marco del fortalecimiento o establecimiento de redes nacionales, reflexionando sobre el sentido de sus prácticas radiofónicas y la actualización de sus proyectos políticos comunicativos y su gestión integral que deberán ser gestionados desde un horizonte de sostenibilidad institucional, social y económica.

Entre los objetivos específicos, los principales son:
- Que las redes y las radios actualicen el sentido de sus prácticas radiofónicas, su proyecto político comunicativo y su gestión integral.
- Que desarrollen una estrategia comunicativa para incidir en la sociedad, en concordancia con el sentido actualizado de su proyecto radiofónico.
- Que diseñen y apliquen estrategias de sostenibilidad económica.
- Que trabajen una organización interna eficiente y coherente con su proyecto comunicacional.
- Que refuercen su sostenibilidad social a través de estrategias de articulación.

Quince redes nacionales participan de este programa: el *Foro Argentino de Radios Comunitarias* (FARCO) de Argentina; *Educación Radiofónica de Bolivia* (ERBOL); AMARC Bolivia; AMARC Brasil; las emisoras que integran ALER y AMARC en Chile; el *Sistema de Comunicación para la Paz* (SIPAZ) y SONORA en Colombia; la *Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador* (CORAPE); AMARC México; COMUNICA y la *Red Nacional de Emisoras* (RNE) de Paraguay; la *Coordinadora Nacional de Radio* (CNR) de Perú; la *Unión Dominicana de Emisoras Católicas* (UDECA) de República Dominicana; AMARC Uruguay; y el *Instituto Radiofónico Fe y Alegría* (IRFA) y la *Red de medios comunitarios* de Venezuela.

CMC - Mensen met een Missie
(Gente con una misión)
www.cmc.nu

CMC es la organización misionera católica de cooperación de los Países Bajos. Su misión es trabajar por un mundo de justicia y paz para todos y todas. Creemos que Dios pretendía que el mundo fuera así. Desde hace 75 años, CMC toma partido por las personas que no se doblegan ante las adversidades y las opresiones y que toman el destino en sus propias manos. Con este fin, la organización pone personal y recursos a disposición de instituciones religiosas, movimientos populares, organizaciones y comunidades parroquiales locales del sur que se esfuerzan de forma solidaria y con plena confianza en sí mismas por poner fin a la injusticia y la desigualdad. CMC está activa en países de África, Asia, Latinoamérica y Europa Oriental. Ante la sociedad holandesa, CMC hace sentir la voz de los pueblos del sur.

CMC opta por dar apoyo a iniciativas, grupos y organizaciones en pequeña escala, que trabajan para y con la gente de base. Da mucha importancia a relaciones duraderas con sus contrapartes del sur. Es que «misión» lleva implícita la lealtad entre unos y otros. El punto de partida es siempre la solidaridad con los excluidos.

Free Voice
www.freevoice.nl

Free Voice fue fundada en 1986 bajo el nombre *Stichting Communicatie Ontwikkelingssamenwerking (Fundación Comunicación ayuda al desarrollo)* por organizaciones de periodismo y medios de comunicación en los Países Bajos.

Contribuye con su trabajo a estructuras sociales y democráticas y la redistribución del poder en países en desarrollo. Porque consideramos que los medios de comunicación independientes dan información relevante a los y las ciudadanas así como diferentes puntos de vista de la realidad social. Que quienes pueden hacerse escuchar son capaces de participar en la sociedad.

Free Voice apoya a organizaciones de medios de comunicación en África, Asia, América Latina, Medio Oriente y Europa Oriental para promover los medios de comunicación independientes y pluralistas, la libertad de prensa, el periodismo equilibrado y confiable.

Concentra sus actividades en los siguientes programas:

- Desarrollo de capacidades de los medios de comunicación.
- Fortalecimiento institucional de los medios comunitarios educativos.
- Establecimiento de noticieros juveniles en cooperación con cadenas nacionales de televisión.
- Financiamiento de crédito para medios de comunicación.
- Fortalecimiento del papel de los medios de comunicación en desastres climatológicos